



LATVIJAS
UNIVERSITĀTE
ANNO 1919

BVEF | Biznesa, vadības un
ekonomikas fakultāte

Distances jeb *ātro kredītu* izmantošana Latvijā

Patērētāju uzvedības
psiholoģiskie aspekti

Pētījuma autori

Evija Ansonka
Ivars Austers
Gundars Bērziņš
Jānis Priede

Pētījuma autori:

Evija Ansonka, Mg.sc.pol. komunikācijas pētnieks, Latvijas Universitāte

Ivars Austers, Dr., profesors psiholoģijā, Latvijas Universitāte

Gundars Bērziņš, Dr., asociētais profesors vadībzinātnē, Latvijas Universitāte

Jānis Priede, Dr., asociētais profesors ekonomikā, Latvijas Universitāte

Pētījuma pasūtītājs: Latvijas Republikas Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

Pētījuma periods: 2017.gada jūnijs – 2017.gada septembris

Pētījuma mērķis – noskaidrot iemeslus, apstākļus, situācijas, kā arī pārdošanas prakses, kas mudina Latvijas iedzīvotājus izmantot distances jeb *ātros kredītus*, izzināt patērētāju pieredzi aizņemšanās procesā un atmaksājot kredītus.

Pētījuma darba uzdevumi:

- Identificēt piemērotākas pētījuma metodes
- Izstrādāt pētījuma dizainu
- Nodrošināt izvēlētajai metodikai atbilstošu izlases kopumu
- Nodrošināt lauka pētījumu
- Veikt lauka pētījuma datu apstrādi un interpretēšanu
- Izstrādāt secinājumu un rekomendāciju daļu
- Piedalīties vismaz divos publiskos pasākumos un prezentēt pētījuma rezultātus publiskos un akadēmiskos pasākumos

Definīcijas:

Distances kredīts jeb ātrais kredīts - kredīts, kura saņemšanai iespējams pieteikties attālināti - internetā un, kas atmaksājams vienā maksājumā.

Saturs

1. Situācijas analīze – aizņemšanās, patēriņa kredītu un distances kredītu jeb ātro kredītu izplatība	4
2. Ienākumi, uzkrājumi un finanšu pratība Latvijā	12
3. Ātro kredītu ņēmēju uzvedības psiholoģiskie aspekti	20
Metodoloģija	22
Rezultāti	24
4. Secinājumi un priekšlikumi	48
Izmantotās literatūras un avotu saraksts	54
Pielikums	56

1.

Situācijas analīze – aizņemšanās,
patēriņa kredītu un distances
kredītu jeb *ātro kredītu* izplatība

Ātro kredītu nozare pasaulē pēdējo 20 gadu laikā ir attīstījusies ģeometriskā progresijā, liekot uzdot virkni jautājumu par šīs nozares biznesa modeļa ilgtspēju un ietekmi uz iedzīvotāju patēriņu, paradumiem un labklājību. Ātro kredītu tematika zinātniskajā literatūrā nav retums, pētījumi par to ietekmi uz iedzīvotāju pirktspēju, patēriņu un ekonomiku kopumā, kā arī normatīvo regulējumu ir pēdējo gadu viens no aktuālākajiem jautājumiem (1.att.).



1.att. Aizņēmšanās un ātro kredītu ietekmes pētījumu jomas zinātniskajā literatūrā¹

Liela daļa pētījumu par ātro kredītu ietekmi ir veikti ASV, jo ir iespējams salīdzināt ietekmi atsevišķos štatos, jo šīs nozares regulācija katrā ir atšķirīga, sākot no pilnīgi legālas un legālas ar ierobežojumiem, beidzot ar aizliegumu (2.attēlā ASV štati attiecīgi atzīmēti dažādos toņos). Pētnieki mēģina skaidrot vai šādai rīcībai ir pamats un vai ātrie kredīti patiesi ietekmē iedzīvotāju finansiālo labklājību, paradumus, noziedzību, patēriņu, kredītspēju utt. (Bhutta, 2014; Bhutta et al., 2015; Cuffe & Gibbs, 2017; Desai & Elliehausen, 2017).

ASV debates par ātrajiem kredītiem un to ietekmi ir nepārtrauktas, jo ir štati, kas ik pa laikam maina savu politiku. Tas, protams, paver iespējas mediju publikācijām un pētījumiem, lai noskaidrotu to ietekmi uz patērētājiem. ASV medijos² tiek apspriesta ātro kredītu ietekme uz patērētājiem, izmantojot personīgās pieredzes stāstus, kā arī atsaucoties uz veiktajiem zinātniskajiem pētījumiem. Taču arī medijos nav sastopami tikai nozarei neglaimojoši raksti, atsevišķi raksti tomēr mēģina attaisnot nozares pastāvēšanu, minot, cik būtiska tā ir iedzīvotājiem, kuriem ir nepieciešamība ātri aizņemties.

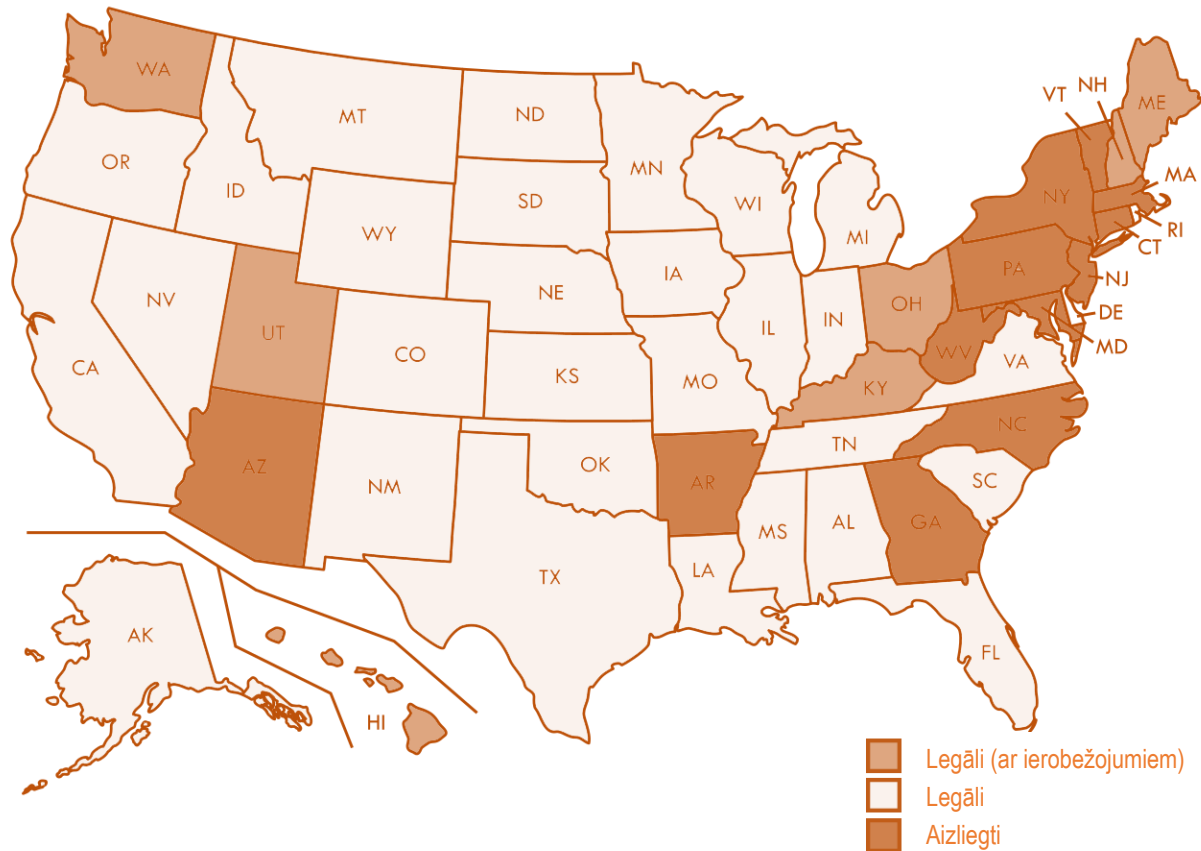
¹ Sastādījuši autori

² The New York Times - Why Borrowers Use Payday Loans (2013)

The Washington Post - Payday lending isn't helping the poor (2016)

The Washington Post - We can't get rid of payday loans just because we don't like them (2016)

The Washington Post - Want to eliminate payday lending? Raise the minimum wage (2016)



2.attēls. ASV štati un ātro kredītu regulējums (Bhutta, 2014)

Viens no pētījumiem, kas tika plaši apspriest ASV medijos bija "The PEW Charitable Trust" 2013.gadā veiktais pētījums *Ātrie kredīti Amerikā: Kā aizņēmēji izvēlas un atmaksā ātros kredītus* (Abbott et al., 2013). Amerikā aptuveni pusei sabiedrības ir mazāk nekā 500\$ uzkrājumi un ātros kredītus ik gadu izmanto vairāk nekā 12 miljoni iedzīvotāju. PEW pētījums uzrāda, ka vidējais ātrais kredīts ir 375\$. Amerikāņi tērē aptuveni 7,4 miljardus dolāru gadā, lai aizņemtos un vidēji maksā 520\$ procentos uz katru aizņēmēju, turklāt, parādnieka statusā pavada vidēji piecus mēnešus gadā. PEW pētījumā atklājās, ka amerikāņi labprāt izvēlas ātros kredītus, lai izvairītos no: ilgtermiņa saistībām; aizņemšanās no ģimenes un draugiem; overdraft maksājumiem; dzīvesveida pārskatīšanas un turpmākas izdevumu samazināšanas.

Taču aizdevuma atmaksājāmā summa vidēji ir vairāk nekā 400\$ divās nedēļās, pretstatā tam, ka vidējais aizņēmuma ņēmējs var atļauties tikai 50\$. Un tajā brīdī, kad aizņēmējiem ir problēmas atmaksāt ātro kredītu, viņi ir spiesti izmantot kādu no minētajām alternatīvām, no kurām tik ļoti vēlējas izvairīties (ilgtermiņa saistībām; aizņemšanās no ģimenes un draugiem; overdraft maksājumiem u.c.).

Pētījums, kurā demogrāfiskie dati tika ievākti no 33 576 respondentiem, kā arī tika veiktas 703 telefonintervijas ar *ātro kredītu* ņēmējiem, rīkotas 10 fokuss grupas, atklājās šādi galvenie secinājumi:

- 58% aizņēmēju ir problēmas laikus atmaksāt parādu;
- Tikai 14% aizņēmēju var atļauties atmaksāt vidējo *ātro kredītu*;
- 78% aizņēmēju balstās tikai uz pašu aizdevēju izplatīto informāciju, ka kredīti ir droši. Šāda reklāma arī rada priekšstatu, ka nerodas ilgtermiņa saistības. Turklāt, reklamētā 375\$ aizņemšanās patiesā cena ne visiem ir zināma, bet, ja kredītu neizdodas atdot laikus – izmaksas vidēji ir 520\$ piecos mēnešos;
- Lai gan *ātrie kredīti* tiek reklamēti kā alternatīva kredītkartēm, lielākā daļa *ātro kredītu* ņēmēju vēlāk ir spiesti maksāt procentus par abiem pakalpojumiem;
- Daļa aizņēmēju, aizņemoties *ātro kredītu*, papildus ir spiesti izvēlēties arī tās alternatīvas, no kurām vēlējās izvairīties. 41% aizņēmēju ir spiesti aizņemties no radiem un draugiem, pārdot vai ieķīlāt personīgās mantas, izmantojot cita veida aizņēmumu vai izmantojot nodokļu atmaksu;
- Liela daļa *ātro kredītu* ņēmēju nonāk pie konfliktējošiem secinājumiem. No vienas puses viņi atzīst, ka *ātro kredītu* aizdevēji izmanto patērētāju spiedīgo situāciju un, ka šī nozare būtu vairāk jāregulē, bet tajā pašā laikā viņi izjūt atvieglojumu, ka šāds pakalpojums ir pieejams.

Savukārt, vēl viens PEW 2014.gadā veiktais pētījums *Ātrie kredīti Amerikā: Krāpniecība internetā* apskata kaitniecisko praksi, aizņemoties *ātros kredītus* internetā (Bourke, Horowitz, Walter, & Roche, 2014). Šajā pētījumā tiek apskatītas problēmas ar kurām saskaras *ātro kredītu* ņēmēji internetā – aizskaršana, draudi, personīgās informācijas izmantošana utt. Pētījuma ietvaros tika veiktas aptaujas, studētas patērētāju sūdzības un analizēta uzņēmumu uzvedība.

PEW pētījums atklāja, ka daudzi *on-line ātrie kredīti* izmanto praksi, kas nav patērētāju interesēs:

- Daudzi *on-line kredīti* ir veidoti tā, lai veicinātu atkārtotu aizņemšanos un ilgtermiņa parādu, piemēram, piedāvājot nesamērīgi ilgu atmaksas periodu;
- 30% no *ātro kredītu* ņēmējiem ir saņēmuši draudus no aizdevējiem vai parādu piedzinējiem. Draudi ietver informācijas izplatīšanu par parādu ģimenes locekļiem, draugiem, darba devējam;
- Neautorizēta naudas izņemšana, agresīva prakse un personīgās informācijas izplatīšana ir plaša problēma *on-line ātro kredītu* jomā. 46% *on-line* aizņēmēju ziņoja par aizdevēju neautorizētu piekļuvi viņu maksājumu kontu līdzekļiem uz *overdraft* rēķina. 39% ziņoja, ka viņu privātā vai finansiālā informācija tika pārdota trešajām personām, viņus par to iepriekš neinformējot. 22% ziņoja, ka viņiem bija slēgti vai iesaldēti bankas konti laikus neatdotu *ātro kredītu* dēļ;
- 90% no sūdzībām, kas tiek saņemtas *Better Business Bureau* ir tieši par *on-line ātro kredītu* aizdevējiem. Lielākā daļa sūdzību saistītas ar imesliem, kas minēta iepriekšējos punktos;
- *On-line ātrie kredīti* ir dārgāki nekā klātienē *ātrie kredīti*. Tas saistīts ar *on-line* aizņēmēju augstāku kredīta neatdošanas procentu.

Lai gan pētījums norāda uz virkni problēmu, tās ne vienmēr ir attiecināmas uz lielajiem interneta aizdevējiem, kas saņem salīdzinoši maz sūdzību no patērētājiem. Lielākas problēmas ir novērojamas ar mazajiem aizdevējiem, kas neievēro labāko praksi attiecībā ar saviem klientiem un grauj visas nozares reputāciju.

Piemēram, 2016.gadā publicētais pētījums par Arkanzasas pieredzi uzrāda izmaiņas 100 iepriekšējā *ātro kredītu* ņēmēju uzvedībā septiņus gadus pēc tam, kad tika ierobežota šīs nozares darbība un ierobežotas procentu likmes (Covington & Johnson, 2016).

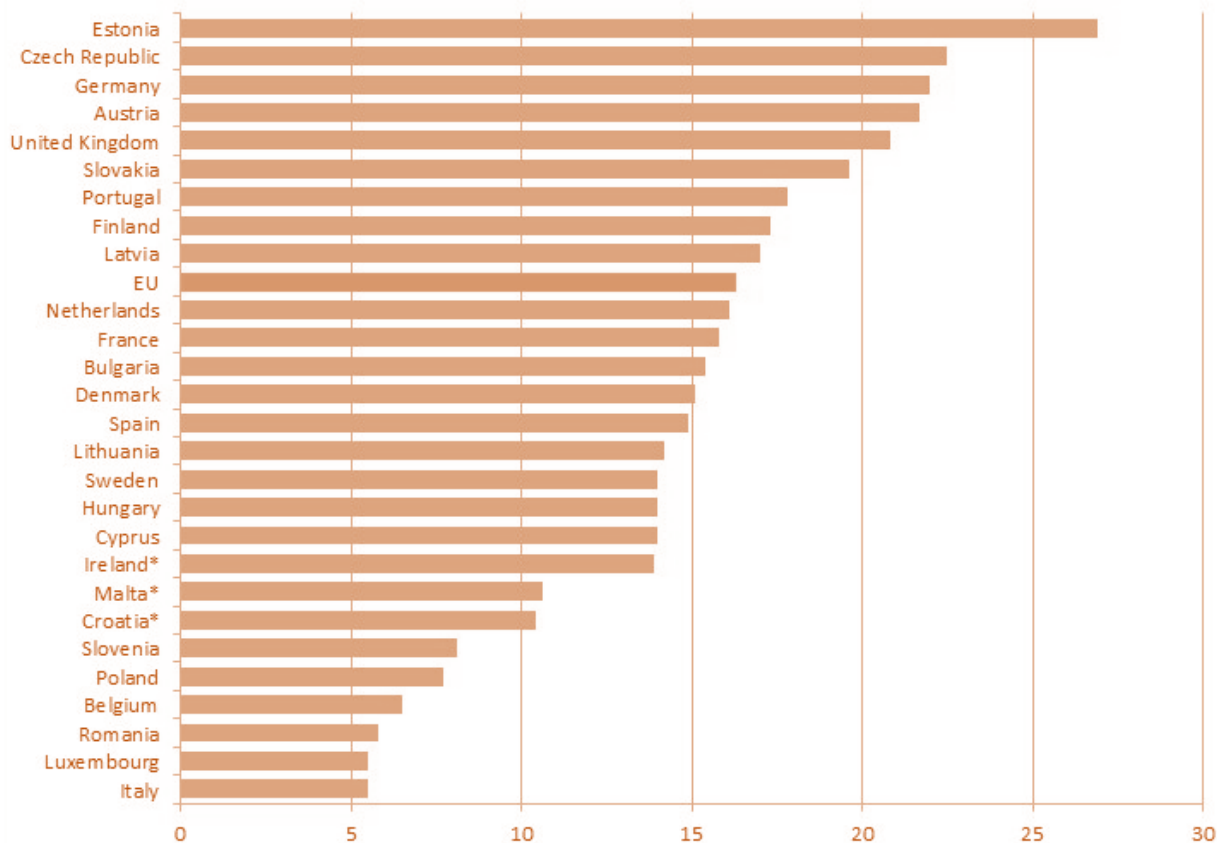
Pētījuma rezultātā izkristalizējās četras galvenās atziņas:

- Aizņēmēji jūt ieguvumu pēc tam, kad *ātro kredītu* nozare ir vairāk regulēta, piemēram, viņi vairāk pievērš uzmanību personīgo finanšu plānošanas jautājumiem;
- Aizņēmēji vēlas godīgākus mazu aizdevumu nosacījumus, lai tiktu galā ar savām finansiālajām likstām;
- Aizņēmēji atzīst, ka *ātro kredītu* nozare izmanto viņu situāciju un ļoti vēlas stingrāku patērētāju tiesību aizsardzību;
- Aizņēmēji izmanto vairākas nebanku aizņemšanās iespējas.

Virkne nopietnu publikāciju vērtē *ātro kredītu* ietekmes un mazturīgo iedzīvotāju labklājību, apgalvojot, ka paradoksālā kārtā, *ātrie kredīti* nevis palīdz, piemēram, apmaksāt rēķinus, bet tieši otrādi, palielina izredzes iekulties vēl lielākos komunālo maksājumu parādos (Bhutta et al., 2015; Melzer, 2011). Ir veikti pētījumi, kas norāda uz *ātro kredītu* ietekmi uz iedzīvotāju patēriņu un finanšu neatkarību. Piemēram, var būt runa par *hroniskajiem aizņēmējiem* (*chronic borrowers*), kuri ir iekļuvuši parādu atkarībā un nespēju pašu spēkiem no tās izkļūt (Stegman & Faris, 2003).

Atsevišķi pētījumi arī norāda uz *ātro kredītu slazdiem*, kas *ievelk* kredītu ņēmējus nepārtrauktā aizņemšanās ritenī. Interesants ir fakts, ka pētījumos pievērš uzmanību arī dzimumu uzvedības atšķirībām (Schmitz, 2014). Piemēram, tiek izcelta īpaša grupa – vientuļās mātes, kuras aizņemas ne tikai savām, bet arī savu nepilngadīgo bērnu vajadzībām. Sieviešu aktīva aizņemšanās tiek skaidrota arī ar atalgojuma atšķirībām starp sievietēm un vīriešiem.

Šis risks pastāv arī visās Eiropas Savienības valstīs, jo 2015.gadā veikts pētījums atklāj, ka sievietes vidēji pelna par 16,3% mazāk nekā vīrieši (3.att.).



3.att. Atalgojuma atšķirības starp dzimumiem Eiropas Savienībā 2015.gadā (vidēji par cik procentiem vīrieši saņem vairāk nekā sievietes)³

Latvijā šī starpība ir 17%, kas sievietes pakļauj lielākai aizņemšanās varbūtībai.

Mūsdienās *ātrie kredīti* maina mūsu uztveri par finanšu sektoru un tradicionālo banku biznesu. Diemžēl, *ātrie kredīti* ir zināms sabiedrības finansiālās situācijas raksturotājs. Paradoksāli, ka *ātrie kredītdevēji* parasti izmanto iespēju, kad finansiālā situācija nav tā labākā, kā arī pastāv zināma nedrošība par nākotni. Taču tajā pašā laikā *ātrie kredīti* ir tie, kas finansiālo situāciju var tikai vēl vairāk pasliktināt (Gallmeyer & Roberts, 2009).

Savukārt cits pētījums norāda arī uz pozitīvo *ātro kredītu* pieejamības ietekmi, it īpaši gadījumos, kad notiek kādi neparedzēti notikumi (dabas katastrofas, zādzības). Protams, ir pieejama apdrošināšana, taču īstermiņa aizņemšanās palīdz izlīdzināt personīgo naudas plūsmu, tādējādi mazinot negatīvo ietekmi uz indivīdiem un potenciālo noziedzības līmeņa pieaugumu (Morse, 2011).

³ Eurostat

Arī Lielbritānijā ir veikti pētījumi par *ātro kredītu* ietekmi un finansiālo labklājību (Szilagyi, 2015). *Ātro kredītu* tirgus Lielbritānijā strauji aug – no 900 miljoniem £ 2008.gadā, līdz 2,8 miljardiem £ 2015.gadā. Lielbritānijā darbojas aptuveni 90 *ātro kredītu* firmas, kas nodarbina aptuveni 5000 cilvēku (Edmonds, 2014).

Vispasaules finanšu krīze noteikti bija viens no būtiskākajiem faktoriem tik straujai *ātro kredītu* izplatībai Lielbritānijā. 2010.gadā veiktajā pētījumā tika noskaidrots, ka lielākā daļa *ātro kredītu* ņēmēju ir ar ienākumiem zem 15 499£ gadā, kas ir krietni vien zem Lielbritānijas vidējā rādītāja – 24 492£ gadā, un *ātrā kredīta* ņemšanas brīdī jau bija ar parādiem. Aptauja arī parādīja, ka neskatoties uz zemiem ienākumiem, bija respondenti, kuri savu pieredzi ar *ātrajiem kredītiem* raksturoja kā pozitīvu. Tas vairāk skaidrojams, ka šiem respondentiem ir labāka pašdisciplīna attiecībā uz personīgajām finansēm un to plānošanu. Taču lielai daļai cilvēku ar zemiem ienākumiem tomēr ir grūtības ar finanšu plānošanu un nereti tie aizņemas vairākās vietās, lai varētu atdot parādus, taču rezultātā, nonāk vēl lielākās finansiālajās grūtībās. Taču šāda uzvedība ir skaidrojama ar risku, ko patērētāji ir gatavi uzņemties finansiālu grūtību apstākļos (Mishra & Fiddick, 2012).

Pētījums atklāj, ka *ātrie kredīti* lielākoties tiek izmantoti, jo citas, lētākas alternatīvas nav pieejams vai jau ir pilnībā izmantotas, piemēram, kredītkartes un *overdrafts*. Respondenti arī atzina, ka aizņemas bieži vien vairāk, nekā ir nepieciešams, kas ir saistīts ar dzīvesveidu un izklaidēm. Kopumā, *ātrie kredīti* var tikt uzskatīti par noderīgu finanšu līdzekļu avotu, lai segtu savas īstermiņa saistības. Veiktajā pētījumā lielākais īpatsvars bija vecuma grupai 26 – 45 gadi (53,4%), līdz ar to varētu apgalvot, ka šai produktīvā vecuma paaudzei nevajadzētu būt problēmām atmaksāt šos salīdzinoši nelielos kredītus. Taču finanšu krīzes un pieaugoša bezdarba rezultātā, *ātrie kredīti* vairs nebija tikai alternatīva ārkārtas situācijām – tie vairāk kļuva par “ikdienišķu” pakalpojumu lielai daļai finansiālās grūtībās nonākušo. *Ātro kredītu* uzņēmumi ir zināmi ar to, ka ir pieejami iedzīvotājiem ar sliktu kredītvēsturi, tādējādi parādās bezatbildīgas aizdošanas problēma, kas kredītņēmējus noved vēl lielākā parādu gūstā.

Saskaņā ar 2014.gada Lielbritānijas valdības ziņojumu, 52% *ātro kredītu* ņēmējiem bija problēmas ar kredītiem, 38% bija problēmas ar kredītreitingu un 10% apmeklēja kredītu piedzinēji. Statistika uzrāda, ka no visiem 2011.gadā izsniegtajiem *ātrajiem kredītiem*, aptuveni 28% tika pagarināta termiņa atmaksa vismaz vienu reizi, 5% - vismaz četras reizes, kas kopumā sastādīja vairāk nekā 50% no kopējā *ātro kredītu* apgrozījuma.

Arī Austrālijas piemērs norāda uz virkni jau apskatītu problēmu, kas saistās ar *ātro kredītu* nozari (Banks, Marston, Russell, & Karger, 2015). Pētījums atspoguļoja to, ka *ātrie kredīti* tiek ņemti ne tikai ārkārtas situācijām, bet arī ikdienas vajadzībām, tādējādi kļūstot par pieprasītu pakalpojumu. Pētījums atsevišķi izceļ arī problēmu ar *ātro kredītu* ņēmējiem, kas aizņemas ne tikai regulāri, bet nespējot atdot kredīt, tos atkārtoti pagarina un pat ņem vairākus kredītu vienlaikus.

Virksne pētījumu izceļ būtisku problēmu *ātro kredītu jomā* – nevis kavēti maksājumi, bet gan atkārtota aizņemšanās (ar augstām izmaksām)! Nesen veiktā eksperimentā pētnieki mēģināja noskaidrot godīguma ietekmi uz kredītu atmaksu un saprast, kāpēc indivīdiem ir problēmas ar *ātro kredītu* atmaksu (Bhanot, 2017). Lemesli kredītu atmaksas kavēšanai var būt dažādi – negodīgums, aizmāršība, motivācijas trūkums. Sociālie zinātnieki apgalvo, ka vienkāršs solījums var būtiski ietekmēt aizņēmēja uzvedību, to labāk disciplinējot. Eksperimenta nolūkos pētnieki sadarbojās ar *LendUp on-line ātro kredītu* uzņēmumu un veica eksperimentu ar 4883 pirmā *ātrā kredīta* ņēmējiem. Mērķa grupa tika sadalīta četrās apakšgrupās: 1) bez solījuma atmaksāt kredītu; 2) parakstot sagatavoto solījumu atmaksāt kredītu; 3) pārrakstot sagatavotā solījuma tekstu un to

parakstot; 4) ierakstot savu solījumu un to parakstot. Papildus tika iekļauta iespēja atgādināt vai neatgādināt kredīta ņēmējam par savu solījumu īsi pirms kredīta atmaksas termiņa beigām. Analīzes rezultāti uzrādīja, ka solījuma došanai bija minimāla ietekme uz kredītu atdošanu. Līdzīgi, neefektīvi izrādījās arī atgādinājumi par veiktajiem solījumiem. Tas ļauj izdarīt secinājumu, ka tie, kas nesēj laikus atdot kredītus, nav negodīgi un tas nav saistīts ar viņu uzvedības modeli, bet gan ar viņu patiesi slikto finansiālo situāciju un nespēju laikus norēķināties.

Šādi pētījuma rezultāti liek vērtēt pašu *ātro kredītu* uzņēmumu atbildību un to, cik lielā mērā tiek izvērtēta kredītu ņēmēju maksātspēja. Apskatītie piemēri un situācijas vēlreiz aktualizē jautājumu par *ātro kredītu* nozares regulācijas pakāpi un to, vai patērētāju izglītība un finanšu pratība ir pietiekamā līmenī, lai tie spētu aizstāvēt savas intereses. Jautājums par *ātro kredītu* nozares regulējumu un iedzīvotāju finanšu pratību ir aktuāls arī Latvijā, kura ieskats ir redzamas šī pētījuma nākošajā nodaļā.

2.

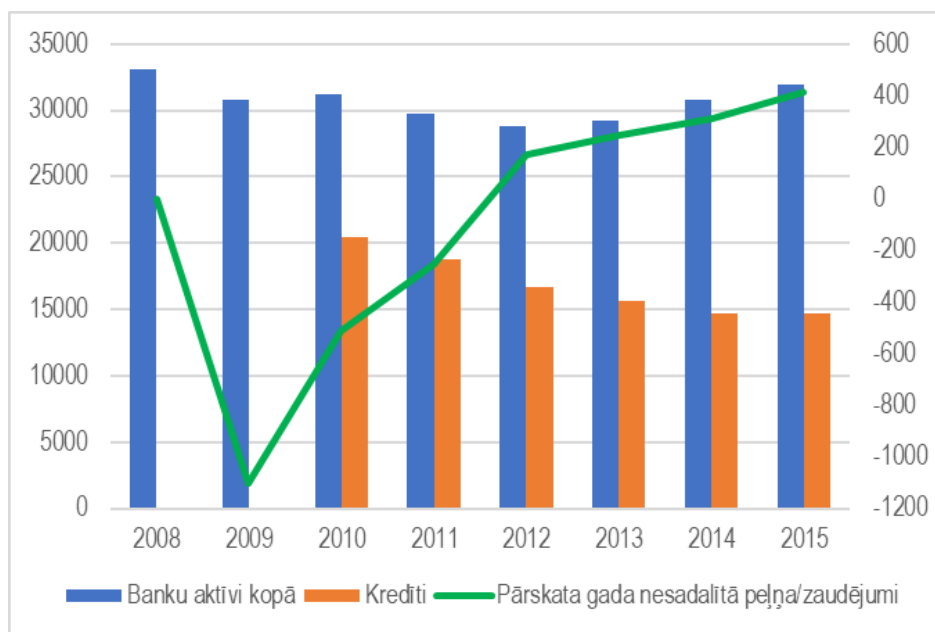
lenākumi, uzkrājumi un finanšu
pratība Latvijā

Latvijā ir vērojams savdabīgs privāto finanšu pārvaldības modelis – *ātro kredītu* uzņēmumu apgrozījums ļoti strauji aug, bet iedzīvotāju uzkrāšanas kultūra joprojām ir ļoti zemā līmenī. Tam varētu būt virkne dažādu iemeslu. Zemie uzkrājumi daļā sabiedrības ir skaidrojami ar zemiem ienākumiem, kas liedz veikt jebkāda veida uzkrājumus. Piemēram, minimālo darba algu mēnesī saņem aptuveni 35 tūkstoši jeb 4,4% Latvijas darba ņēmēju. Visvairāk strādājošo mūsu valstī saņem algu no 300 līdz 500 eiro mēnesī - 26,7% darba ņēmēju ar ienākumiem. Algu no 700 līdz 1000 eiro mēnesī attiecīgi - 19,7%, bet no 500 līdz 700 eiro mēnesī - 15,8%⁴.

Taču pamanāmāka kļūst tendence, kas nav saistīta tikai ar iedzīvotāju ienākumiem, bet gan dzīvesveidu un tērēšanas paradumiem. Latvijā cilvēki ir tendēti tērēt naudu, kuru vēl nav nopelnījuši vai nekad nenopelnīs un patērīna un dzīves kvalitātes prasības pārsniedz ienākumus. Arī *ātro kredītu* uzņēmumi savās reklāmas iedrošina cilvēkus uz šāda veida uzvedības modeli - nepieciešamības gadījumā vienmēr var aizņemties.

No ekonomikas viedokļa, visu ienākumu tērēšana nav nepareiza pieeja, jo katrs nopelnītais eiro īsā laika periodā atgriežas ekonomikā caur patēriņu. Tas, protams, ka veicina ekonomisko izaugsmi, jo patēriņš ir daļa no iekšzemes kopprodukta. Turklāt, arī inflācija nemazina naudas vērtību, kas tiek maksimāli ātri iztērēta. Neveicot lielus uzkrājumus, patērētāji maksimizē savu derīgumu, iegādājoties iespējami daudz preces un pakalpojumus. Taču galējības var maksāt dārgi. Uzkrājumu veidošana vienmēr rada nepieciešamo *drošības spilvenu*, bet, protams, ka uz noteikta dzīves komforta rēķina. Tāpēc ir jārēķina, cik lielā mērā tiek ietekmēts cilvēka dzīves komforts, ja uzkrājumu nav un ir jāvērsas pie *ātro kredītu* aizdevējiem.

Pirmās, kas izjuta *ātro kredītu* ietekmi uz saviem darbības radītājiem, bija komercbankas. Īpaši pēckrīzes periodā, kad komercbankas kļuva daudz piesardzīgākas kredītu izsniegšanā (4.att.).



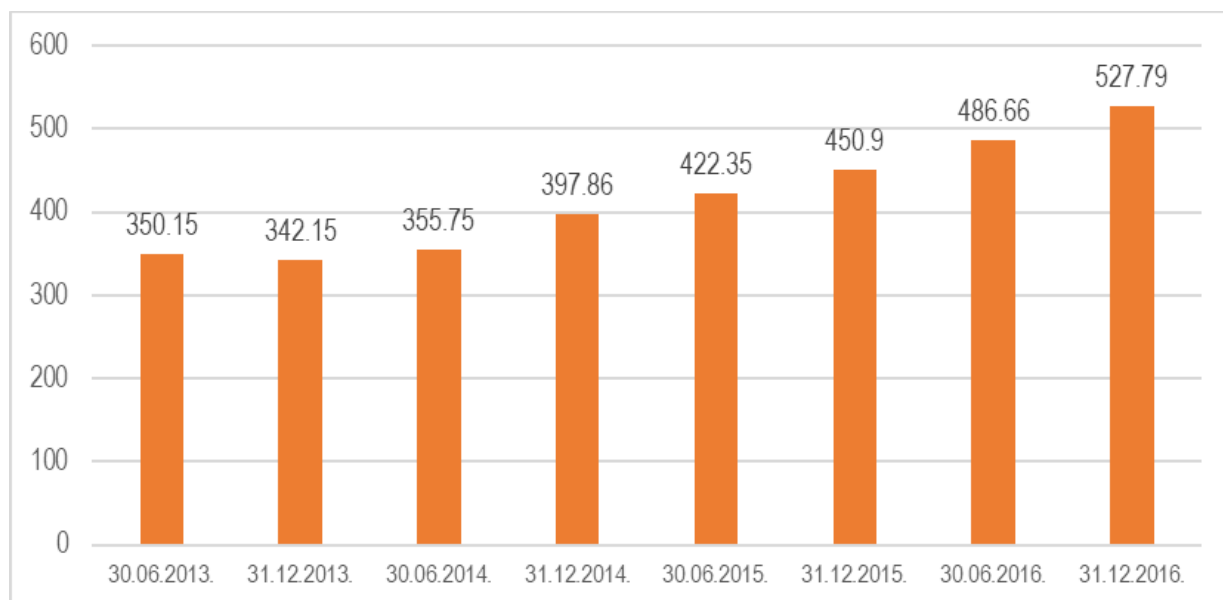
4.att. Latvijas komercbanku aktīvi, izsniegtie kredīti un pārskata gada nesadalītā peļņa / zaudējumi 2008. – 2015.gads, miljonos eiro⁵

⁴ LR Centrālā Statistika pārvalde

⁵ <http://www.lka.org.lv/lv/statistika/aktivi.html>

Ja kopējā aktīvu apjomā nav redzama jūtama ietekme, tad pārskata gada nesadalītās peļņas / zaudējumu rādītāji lika bankām ļoti nopietni pārskatīt politiku attiecībā pret savām darbībām tirgū. Ja vēl 2008.gadā komercbanku sektors darbojās ar 85,5 miljonu eiro peļņu, tad jau nākošajā – 2009.gadā komercbanku darbības zaudējumi sasniedza 1,1 miljardu atzīmi. Protams, strauji pārskatot savu darbību, komercbanku snieguma rādītāji uzlabojās un jau 2012.gadā Latvijas komercbankas atgriezās pie peļņas – 174 miljoni eiro. Taču jāpievērš uzmanība komercbanku izsniegto kredītu apjomam (4.att.), kas no 20 miljardiem eiro 2010.gadā sāka strauji sarukt un samazinājās zem 15 miljardu eiro atzīmes 2014. un 2015.gadā jeb 28% kritums.

Taču iedzīvotājiem Latvijā pēckrīzes periodā joprojām bija nepieciešami finanšu līdzekļi, kas *ātro kredītu* uzņēmumiem deva iespēju vēl straujāk kāpināt savu izsniegto kredītu apjomus (5.att.).

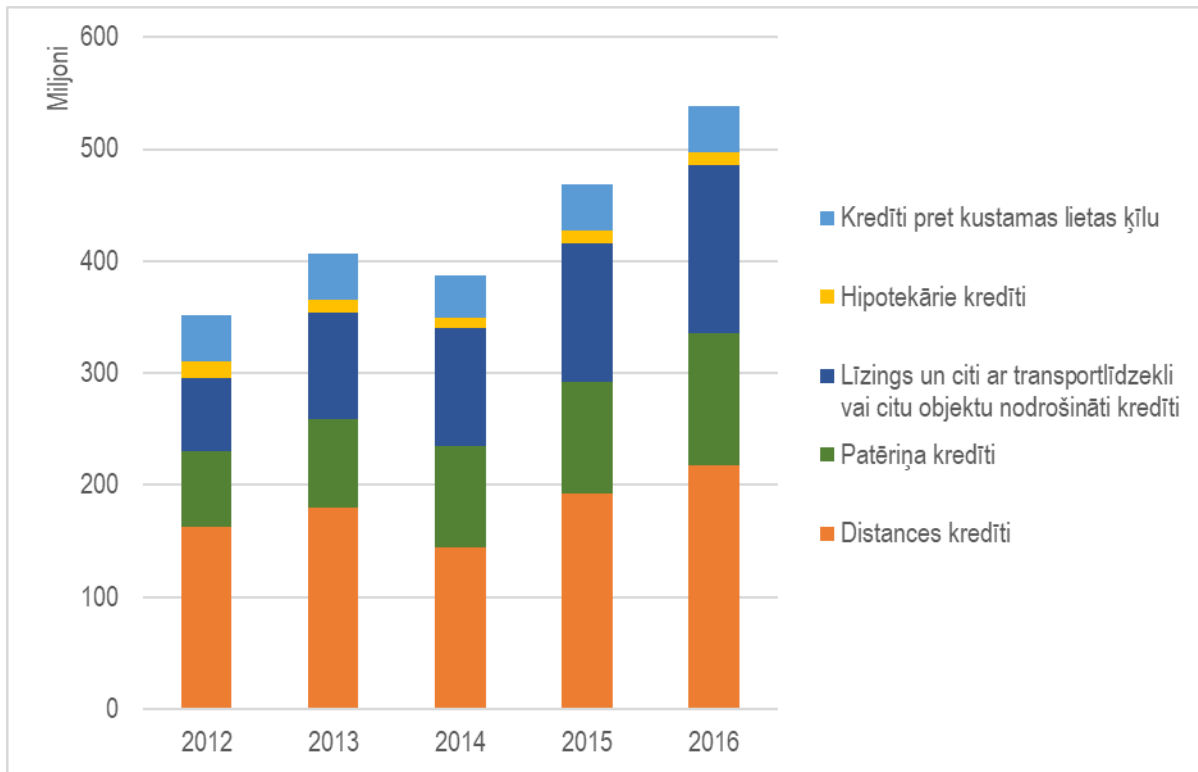


5.att. Nebanku aizdevēju kopējais kredītportfelis (miljonos eiro)^{6,7}

Apskatot nebanku sektora no jauna izsniegto kredītu struktūru pa veidiem, ir redzams distances jeb *ātro kredītu* popularitātes pieaugums (6.att.). Nebanku sektorā aizvien lielāku īpatsvaru ieņem tieši distances kredīti, kas 2016.gadā sastādīja 40%, norādot uz *ātro kredītu* uzņēmumu aizvien izvērstāku darbību tirgū, piesaistot jaunus klientus un veicinot aizņemšanos. Saskaņā ar *Patērētāju tiesību aizsardzības centra* publicētajiem datiem, vidējais no jauna izsniegtais distances kredīts pēdējos gados aizvien pieaug (2014.g. – 182,31 EUR; 2015.g. – 218,34 EUR; 2016.g. – 251,51 EUR), kas liecina par patērētāju vajadzību un paradumu maiņu.

⁶ <http://www.lafpa.lv/lv/nozares-dati/nebanku-aizdeveji/>

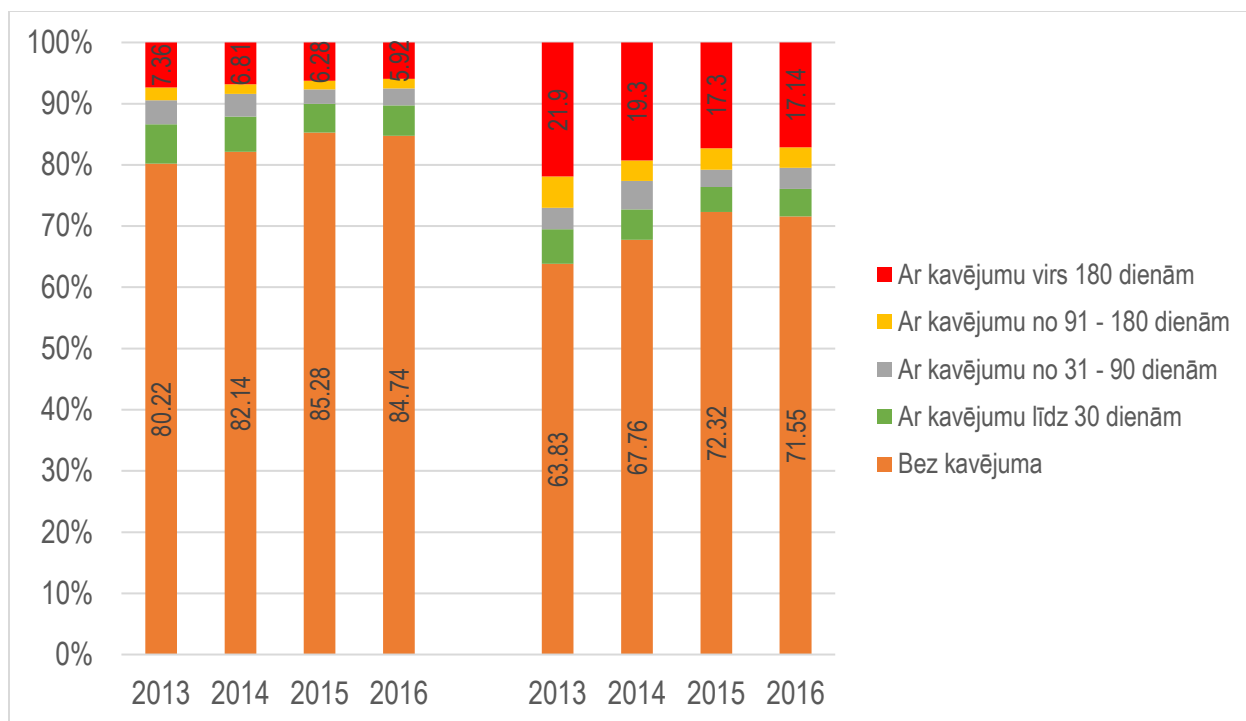
⁷ <http://www.ptac.gov.lv/lv/content/statistika-par-nebanku-kreditesanas-sektoru>



6.att. No jauna izsniegtie nebanku sektora kredīti pa kredītu veidiem⁸

Viens no nebanku sektora izsniegto kredītu kvalitātes rādītājiem ir kredīta atmaksas laiks – bez kavējumiem vai ar kavējumiem. Un, ja ar kavējumiem, tad cik ilgiem. Kopumā nebanku sektora izsniegtie kredīti vairāk nekā 85% gadījumu tiek atmaksāti laikus, taču distances jeb *ātrie kredīti* izceļas ar rādītāju, kas ir aptuveni 70% (7.att.). Var teikt, ka situācija pamazām uzlabojas, jo vēl 2013.gadā bez atmaksas kavējumiem bija aptuveni 64% no izsniegtajiem kredītiem, taču izsniegtie kredīti ar atmaksas kavējumiem virs 180 dienām joprojām ir ievērojami un pēdējos gados sastādīja aptuveni 17% no visiem kredītņēmējiem, kas, protams, liek paraudzīties uz šī kredīta veida trūkumiem un ietekmi uz patērētāju privātajām finansēm.

⁸ <http://www.ptac.gov.lv/lv/content/statistika-par-nebanku-kreditesanas-sektoru>



7.att. Nebanku sektorā (pa kreisi) un ātro kredītu (pa labi) izsniegto kredītu kvalitāte⁹

Lai labāk saprastu Latvijas iedzīvotāju uzkrāšanas kultūru un paradumus, lielās Latvijas komercbankas iesaistījās sabiedriskās domas un tirgus pētījumos, lai noskaidrotu arī viņiem svarīgos jautājumus. Plašākie publiski pieejamie pētījumu rezultāti ir pieejami Swedbank un Nordea. Piemēram, Swedbank Finanšu institūts¹⁰ apgalvo, ka Latvijas iedzīvotāji ģimenes budžetu plāno īstermiņā, nereti trūkst naudas visu izdevumu segšanai.

Lai arī lielākā daļa Latvijas iedzīvotāju sakās regulāri plānojam savas finanses (55%), bet vēl trešdaļa (34%) to dara pēc vajadzības, ģimenes budžeta plānošanas horizonts Latvijā ir īss, liecina Swedbank Finanšu institūta veiktā pētījuma dati. Cilvēki visbiežāk (69%) ģimenes budžetu plāno viena mēneša ietvaros, lai nepietrūktu naudas regulāro maksājumu veikšanai un neatliekamajiem izdevumiem. Taču ilgtermiņa skatījums ir salīdzinoši mazākajai daļai iedzīvotāju, kuri domā gan par uzkrājumu *drošības spilvenam*, gan nākotnes tēriņiem. To apliecina arī fakts, ka teju puse jeb 49% iedzīvotāju neparedzētu situāciju gadījumā, zaudējot regulāros māsaimniecības ienākumus, spētu saglabāt ierasto dzīves līmeni ne ilgāk kā mēnesi.

Attieksmē pret budžeta plānošanu Baltijas valstu iedzīvotāji ir pārsteidzoši vienoti – arī vairums Lietuvā un Igaunijā dzīvojošo atzīst, ka naudas lietām saistītus jautājumus plāno regulāri (attiecīgi 61% un 56%). Pēc pētījuma datiem redzams, ka gados jaunāki iedzīvotāji plānošanai pievēršas mazāk, biežāk plānojot pēc nepieciešamības, tomēr, pieaugot vecumam, pieaug to iedzīvotāju īpatsvars, kuri savas finanses plāno regulāri. Regulāras plānošanas lielākie praktizētāji ir nestrādājoši pensionāri (67%) un iedzīvotāji ar vidējiem ienākumiem (60%). Interesanti, ka arī dzīvesbiedru attiecību forma ievieš zināmas korekcijas, proti, laulībā

⁹ <http://www.ptac.gov.lv/lv/content/statistika-par-nebanku-kreditesanas-sektoru>

¹⁰ <https://www.swedbank.lv/private/home/more/newsandblog/news#>

dzīvojošie pāri salīdzinājumā ar pāriem, kas dzīvo kopā ar partneri, rūpīgi finansu plānošanai pievēršas biežāk.

Galvenais mērķis budžeta plānošanā visās trīs Baltijas valstīs ir nemainīgs – lai nepietrūktu naudas regulāro maksājumu veikšanai un neatliekamajiem tēriņiem (norāda 69% Latvijas, 62% Lietuvas un 57% Igaunijas iedzīvotāju). Latvijā un Igaunijā kā nākamais svarīgākais naudas plānošanas aspekts tiek minēts uzkrājumu veidošana *drošības spilvenam* (41% Latvijā un 47% Igaunijā), kā arī iespēja veikt lielākus pirkumus (attiecīgi 33% un 38%). Savukārt, Lietuvas iedzīvotājiem izteikti svarīgāka šķiet drošība par nākotni, gūstot pārliecību, ka mājsaimniecības finanses tiek rūpīgi kontrolētas (atzīst 37% respondentu Lietuvā pretstatā 21% Latvijā un 20% Igaunijā).

“Lai arī lielākā daļa iedzīvotāju plāno ģimenes budžetu, tomēr redzam, ka skats orientēts īstermiņā. Mūsu pētījumu dati rāda, ka trīs no desmit mājsaimniecībām pēdējā gada laikā ir piedzīvojušas situāciju, kad ar ikmēneša ienākumiem nav bijis pietiekami, lai segtu ikdienas dzīvei nepieciešamos regulāros izdevumus. Taču, plānojot ģimenes budžetu, no šādām situācijām būtu jāspēj izvairīties. Ņemot vērā pieaugošo tehnoloģiju attīstību, kas dažādu pirkumu un maksājumu veikšanu padara automatizētu un teju vai nemanāmu, pievērsties tēriņu kontrolei un budžeta plānošanai kļūst aizvien būtiskāk. Turklāt, tehnoloģiju attīstības laiku iespējams izmantot, atvieglojot savu ikdienu, proti, kur vien iespējams, datu apstrādi un to apkopošanu atstājot tehnoloģiju ziņā – tā ietaupot laiku, un padarot plānošanas procesu ērtāku,” uzsver Evija Kropa, Swedbank Finanšu institūta eksperte.

Tomēr jāatzīst, ka lielākā daļa plānošanu uztver kā aptuvenu ienākumu un izdevumu plūsmas uzraudzīšanu bez detalizēta plāna (atzīst 47% Latvijas, 52% Igaunijas un 61% Lietuvas iedzīvotāju). Tikai neliela daļa norāda, ka rūpīgi uzskaita visus ikmēneša izdevumus un regulāri seko līdzi ienākumu izlietojumam (13% Latvijā un Lietuvā, 16% Igaunijā). Turklāt, plānošana parasti tiek veikta galvā, neņemot talkā nedz pierakstus, nedz īpašas programmas vai aplikācijas – šāda metode dominē visās trīs Baltijas valstīs (52% Latvijā, 57% Igaunijā un 68% Lietuvā). Zīmīgi, ka latvieši, salīdzinājumā ar kaimiņvalstu iedzīvotājiem, demonstrē rūpīgāku pieeju finanšu plānošanas procesam, jo biežāk izmanto paši savu budžeta uzskaites sistēmu rakstveidā uz papīra vai elektroniski (45% Latvijā pretstatā 39% Igaunijā un 38% Lietuvā).

“Finanšu plānošana nenozīmē tikai ienākumu un pamatizdevumu pozīciju pārzināšanu, bet gan vairāku darbību kopumu, kas palīdz pieņemt apzinātus lēmumus un sasniegt kā īstermiņa, tā ilgtermiņa mērķus. Nereti pret personīgajām finansēm mēdzam izturēties pavirši, vien aptuveni sekojot līdzi tēriņiem un “plūstam pa straumi,” vai aizbīdināmies ar pārāk mazu naudas apjomu, ko pat nav vērts plānot - to atzīst katrs ceturtais iedzīvotājs visās Baltijas valstīs. Tomēr rīcībai vajadzētu būt gluži pretējai – jo mazāk naudas mūsu rīcībā, jo rūpīgāka plānošana nepieciešama,” norāda Evija Kropa.

Jautāti par to, kā organizē ienākumu un izdevumu kontroli ģimenē, Latvijā un Lietuvā visbiežāk saņemtas atbildes, ka dzīvesbiedriem izveidots kopīgs ģimenes budžets (45% Lietuvā un 39% Latvijā). Interesanti, ka Igaunijā biežāk tiek praktizēta partneru ienākumu nodalīšana, vienojoties par noteiktām izdevumu kategorijām, par kuru katrs atbild (norādījuši 35% respondentu). Arī trešdaļa latviešu un lietuviešu pieturas pie šāda modeļa. Zīmīgi, ka vairumā gadījumu sievietes ir tās, kuras pieņem lēmumus, kā tērēt ikdienas vajadzībām atvēlēto naudu, savukārt ar dzīvesbiedru kopīgi tiek izlemts par to, kā uzkrāt vai ieguldīt brīvos līdzekļus un kā būtu tērējama lielākiem pirkumiem paredzētā nauda.

Nordea¹¹ veiktā aptauja Baltijas valstīs par personīgajām finansēm, uzkrājumiem un ieguldījumiem atspoguļo nepieciešamību veidot uzkrājumus, lai nodrošinātu finansiālo drošību nākotnē. Rezultāti Latvijā rāda, ka, zaudējot savus ienākumus, 23 % respondentu vispār nespētu segt ikdienas tērīšus, savukārt 5 % spētu segt nepilna mēneša, bet 20 % līdz viena mēneša izdevumus (8.att.).



8.att. Attieksme un zināšanas par investīcijām Baltijas valstīs¹²

¹¹ <http://www.nordea.lv/Par%2bNordea/Par%2bNordea/Mediju%2btelpa/23052017/1782192.html>

¹² turpat

Aptauja skaidri parāda izpratni par to, cik svarīgi ir veidot uzkrājumus. Latvijā 73 % respondentu noteikti vai drīzāk piekrīt, ka ir vērts veidot ilgtermiņa uzkrājumus vecumdienām. Vēl vairāk, 84 % respondentu, norāda, ka viņiem ir svarīgi veidot uzkrājumus nākotnei un 77 % piekrīt, ka ir svarīgi iegūt finanšu stabilitāti.

Diemžēl, par spīti pozitīvajai attieksmei attiecībā uz finanšu stabilitātes veidošanu, Latvijā 32 % respondentu nav nekādu uzkrājumu un 90 % nav gandrīz nekādu vai ir pavisam nelielas zināšanas par ieguldījumiem. Tas atspoguļojas arī rezultātos – 25 % respondentu joprojām veido uzkrājumus skaidrā naudā.

Latvijā 38 % respondentu uzticas neprofesionāliem vai nedrošiem informācijas avotiem attiecībā uz finanšu darījumiem un ieguldījumiem, piemēram, draugiem, viedokļiem internetā vai informācijai sociālajos medijos. Tas, savukārt, var radīt viedokli, ka ieguldīšana finanšu instrumentos nenes peļņu un noved pie riska vai zaudējumiem. 36 % respondentu ir pārliecināti, ka ieguldījumi ir riskanti vai domāti tikai profesionāļiem.

"Aptaujas rezultāti parāda, ka bankas profesionāļiem jābūt ļoti aktīviem, lai uzsvērtu nepieciešamību veidot uzkrājumus nākotnei. Mums ir visas nepieciešamās zināšanas un rīki, lai palīdzētu cilvēkiem plānot savas finanses. Interesanti, ka 48 % respondentu, ja pēkšņi laimētu loterijā 10 000 eiro, tomēr kaut kādā veidā veidotu uzkrājumus," stāsta Anželika Dobrovojska, *Nordea* bankas ieguldījumu konsultāciju un risinājumu nodaļas vadītāja Baltijas valstīs. "Lielais zināšanu trūkums par investīcijām ir signāls mums, lai mēs parādām saviem klientiem, kā pārvaldīt ieguldījumus, izmantojot mūsu zināšanas un pieredzi".

Par spīti pasaules ekonomiskajai nestabilitātei, Latvijā 58 % respondentu ir pārliecināti, ka viņu ienākumi tuvākajos 5 gados pieaugs, bet 25 % atbild, ka ienākumi paliks līdzšinējā līmenī. *Nordea* aicina izmantot šo iespēju un daļu ienākumu novirzīt uzkrājumu veidošanai vai ieguldīt instrumentos, kas var nest peļņu un ilgtermiņā stiprināt finansiālo drošību.

3.

Ātro kredītu ņēmēju uzvedības psiholoģiskie aspekti

Ātro kredītu gadījumā Latvijā psiholoģiski *strādā* ierastie reklāmas mehānismi - piemēram, identificēšanās ar reklāmas varoņiem; gatavi scenāriji, kā tikt galā ar problēmām; piedāvāšana vai reklāmas ekspozīcijas biežums. Tie ir vispārzināmi un nodrošina arī citu pakalpojumu un produktu reklāmu efektivitāti un mērķu sasniegšanu. Tāpēc šajā gadījumā piedāvājam koncentrēties uz specifisko, kas raksturo lemšanas procesu tieši *ātro kredītu* pakalpojumu gadījumā.

Patērētāju uzvedības pētījumi, konkrēti, pētījumi psiholoģijā un neurozonātnē, norāda uz vairākiem psiholoģiskajiem mehānismiem, kuri no vienas puses īstermiņā veicina *ātro kredītu* līgumu slēgšanu, bet no otras puses ilgtermiņā apgrūtina līguma slēdzēju spēju pildīt līguma prasības - laikā veikt kredīta atmaksu. Kopīgais šīm psiholoģiskās dabas problēmām ir rezultāts, kurā nonāk kredīta ņēmējs. Ņemot kredītu cilvēkam ir noteiktas vajadzības (labums, angl. val. *utility*), kuras, iespējams, tiek apmierinātas ar kredīta iegūtajiem resursiem. Taču problēma slēpjas faktā, ka ņemot kredītu, tiek vienlaikus *nopirkta* arī neprognozētas grūtības un izdevumi, piemēram, nespēja laikā atdot aizņemto naudu. Tas būtiski samazina cilvēka iegūto labumu (angl. val. *utility*), citiem vārdiem sakot, cilvēka dzīves kvalitāte tiek pazemināta veidā, par kuru kredīta ņēmējs cilvēkam piemītošo spriešanas nepilnību dēļ nebija pat iedomājies.

Zemāk aprakstīto problēmu pamatā ir daudzos pētījumos pierādītais, ka cilvēka racionalitāte (spēja pieņemt izsvērtus un racionālus lēmumus) ir ierobežota. Tas nozīmē, ka mēs principā spējam domāt sistemātiski, loģiski un argumentēti, taču situācijas iespaidā šī mūsu spēja bieži tiek traumēta vai ierobežota (Gilovich, Griffin&Kahneman, 2002). Bet no otras puses, ir iespējams rast risinājumus, kas cilvēkiem palīdz izdarīt tādus secinājumus un spriedumus, kas vainagojas ar ilgtermiņa ieguvumiem un uzlabotu dzīves kvalitāti.

Racionalitātes problēmas. Ideālā gadījumā kredīta ņēmējs domātu ne tikai par to, kā atrisināt savas dzīves problēmas, piemēram, svarīgs pirkums, veselības problēmas, maksa par izglītību, īpašuma remonts, ar aizņemtas naudas palīdzību, bet arī par to, kā šī aizņemšanās ietekmēs viņa dzīvi ilgākā laika posmā, piemēram, mēnešus un gadus tālā nākotnē. Bet realitātē, analizējot informāciju par iespējām atrisināt kādu finansiāla rakstura problēmu (domājot kā tikt pie naudas kāda jautājuma atrisināšanai), cilvēki nav tendēti domāt par tālāku nākotni, kad aizņemtā nauda būs jāatdod. Visa uzmanība tiek pievērsta aktuālo vajadzību apmierināšanai, jo ļoti viegli ir iztēloties kāda būs dzīve tuvā nākotnē, kad aktuālā problēma būs atrisināta, bet ir salīdzinoši grūti domāt par mazliet tālāku nākotni. Šo fenomenu apzīmē ar dažādiem terminiem, viens no tiem ir - *subjektīvā diskonta likme* (angl. val. *-time discounting*), lielāki ieguvumi tālākā nākotnē tiek nepamatoti uzskatīti par mazāk vērtīgiem salīdzinājumā ar ieguvumiem "šeit un tagad", skat., piemēram, (Malhotra, Loewenstein, & O'donoghue, 2002). *Ātro kredītu* vieglā pieejamība vēl vairāk sekmē šo psiholoģiski ilgtermiņā daļēji neadaptīvo lemšanas stratēģiju.

Aukstā-karstās domāšanas empātijas plaša. Šajā gadījumā runa ir par to ka no vienas puses cilvēka domāšanu var raksturot kā racionālu (neemocionālu, tāpēc *aukstu*), bet no otras puses kā emociju vadītu (emocionālu, tāpēc *karstu*) (Loewenstein, 1996). No šīs teorijas perspektīvas skatoties, cilvēkiem ir grūtības iedomāties sevi apstākļos, kuros ir apmierināta kāda emocionāla (vai ķermeniska burtiskā nozīmē) vajadzība. Ir viegli iedomāties situāciju, kurā potenciālais kredīta ņēmējs sapņojot par to, ka viņa aktuālās, iespējams, pat objektīvās problēmas ir atrisinātas, piemēram, izārstētas fiziskas sāpes, remdināts izsalkums, atdots parāds, rada nekritiskas prognozes par savām nākotnes izredzēm un iespējām sekmīgi atmaksāt aizņemto naudu. Šādā situācijā emociju iespaids pār cilvēka racionalitāti ir nesamērīgi liels. Galvenā problēma ir faktā, ka "pie vēsa prāta" cilvēks izdarītu citas izvēles – iespējams, neņemtu kredītu vai ņemtu mazāku summu,

rūpīgāk pārdomātu kredītīguma nosacījumus, bet nonākot reālās grūtībās, cilvēki lēmumus nereti pieņem ar “karstu galvu”.

Metodoloģija

Lai noskaidrotu un vēlāk analizētu sabiedrības kopējo attieksmi pret *ātrajiem kredītiem*, kā arī *ātro kredītu* ņēmēju pieredzi, pētījuma īstenotāji izstrādāja pētījuma un anketas dizainu sk. Pielikumu Nr.1. Pētījumā tika aptaujāti 1005 respondenti no kuriem 301 pēdējo triju gadu laikā bija *ātro kredītu* ņemšanas pieredze. Aptauju 2017. gada augustā veica *Pētījumu centrs SKDS*.

Interneta socioloģiskās aptaujas tehniskā informācija

PĒTĪJUMA VEICĒJS	Pētījumu centrs SKDS
MĒRĶA GRUPA	Latvijas iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 74 gadiem
APTAUJAS METODE	Interneta aptauja (CAWI)
IZLASES METODE	Kvotu izlase Dati tika svērti atbilstoši LR IeM PMLP iedzīvotāju reģistra datiem uz 13.02.2017.
RESPONDENTI	Pētījumu centra SKDS WEB paneļa dalībnieki
PLĀNOTAIS IZLASES APJOMS	1000 respondenti (ar mērķi savākt vismaz 300 <i>ātro kredītu</i> ņēmējus)
SASNIEGTAIS IZLASES APJOMS	1005 respondenti (no tiem 301 <i>ātro kredītu</i> ņēmējs)
ĢEOGRĀFISKAIS PĀRKLĀJUMS	Visa Latvija
APTAUJAS LAIKS	16.08.2017. – 21.08.2017.

Izsūtīto uzaicinājumu piedalīties aptaujā skaits	6692
Pabeigto, izlasē iekļauto interviju skaits	1005
Izlasē neiekļauto interviju skaits	315
Iesākto, bet nepabeigto interviju skaits	107
Neiesākto interviju skaits	5265

Sasniegtās izlases raksturojums

	Respondentu skaits izlasē (%) pirms svēršanas	Respondentu skaits izlasē (%) pēc svēršanas*	LR IeM PMLP Iedz. reģ. dati uz 13.02.2017.
KOPĀ	100	100	100

Dzimums

Vīrieši	45.8	48.0	48.0
Sievietes	54.2	52.0	52.0

Tautība

Latvieši	60.2	58.8	58.8
Citi	39.8	41.2	41.2

Vecums

18 – 24 g.v.	6.7	9.6	9.6
25 – 34 g.v.	20.7	21.0	21.0
35 – 44 g.v.	19.4	18.9	18.9
45 – 54 g.v.	20.7	19.1	19.1
55 – 74 g.v.	32.5	31.4	31.4

	Respondentu skaits izlasē (%) pirms svēršanas	Respondentu skaits izlasē (%) pēc svēršanas*	LR IeM PMLP Iedz. reģ. dati uz 13.02.2017.
KOPĀ	100	100	100

Reģions

Rīga	33.2	33.2	33.2
Pierīga	18.3	18.2	18.2
Vidzeme	9.6	9.8	9.8
Kurzeme	13.0	12.6	12.6
Zemgale	12.0	11.9	11.9
Latgale	13.8	14.3	14.3

* Dati tika pakļauti svēršanas procedūrai (svēršanas parametri - dzimums, tautība, vecums un reģions).

Pētījuma darba grupa

Projektu vadītāja	
Aptauju vadītāja	Evija Otaņķe
Datu masīvu veidoja	Ilze Grase

Rezultāti

Analizējot aptaujas rezultātus par *ātro kredītu* pieredzi, ir svarīgi ņemt vērā sociālo aspektu, kas ietekmē cilvēku izvēli, tajā skaitā arī *ātro kredītu* ņemšanu. Cilvēku lēmumus par labu vienai vai otrai izvēlei ietekmē sabiedrībā valdošās uzvedības normas, piemēram, ka tā darīt ir labi vai tieši pretēji - slikti, un pieņēmumi, piemēram, ka tā rīkojas vairākums vai tieši pretēji – tā neviens nedara.

Aptaujas rezultāti norāda uz skaidru tendenci – jo vairāk cilvēkus radu vai draugu lokā respondents zināja kādu *ātrā kredīta* ņēmēju, jo lielāka varbūtība, ka viņš(-a) pats ir izmantojis *ātro kredītu* kompānijas pakalpojumus (korelācijas koeficients¹³ = 0,30, $p < 0,01$). Tāpat, ja respondents ir ņēmis *ātro kredītu*, tad ir arī par nejaušību lielāka iespējamība, ka viņš(-a) uzskata, ka *ātros kredītus* “ņem gandrīz visi”, tāpēc nav noteikta vajadzību vai demogrāfiskā segmenta, kas raksturotu *ātro kredītu* ņēmēju profilu (korelācijas koeficients = 0,20, $p < 0,01$).

Šādi rezultāti skaidri norāda uz to, ka *ātro kredītu* ņemšanas gadījumā citu viedoklis ir svarīgs, nepieciešama sociālā verifikācija (apstiprinājums), jo pārliecība par savas rīcības pareizību tiek “atvasināta” no viedokļa par citu uzvedību. Jo lielākā mērā kādam šķiet, ka citi kaut ko dara, jo pieņemamāka šķitīs šī uzvedība, un, visticamāk, arī otrādi – jo lielākā mērā cilvēks kaut ko darīs, jo lielākā mērā viņam šķitīs, ka citi rīkojas līdzīgi. Par to liecina arī aptaujas rezultāti, piemēram, gadījumā, ja ir grūtības atdot kredītu, par to respondents vairās stāstīt draugiem (korelācijas koeficients = 0,15, $p < 0,01$).

Balstoties uz aptaujas datu analīzi iespējams uzbūvēt to kredītņēmēju, kuriem ir grūtības atdot kredītu, portretu un uzvedības modeli: ja sarežģījumi nav bijuši tikai vienu reizi – lielāka varbūtība, ka kredīts ņemts vairākkārt (korelācijas koeficients = 0,25, $p < 0,01$), ka kredīts ņemts pārtikai (korelācijas koeficients = 0,22, $p < 0,01$), patērīna preču iegādei = 0,20, $p < 0,01$) un rēķinu apmaksai (korelācijas koeficients = 0,40, $p < 0,01$). Tāpat arī skaidra norāde uz iespējamām problēmām atdot aizlienētos līdzekļus ir rūpīga līguma nosacījumu nelasīšana (korelācijas koeficients = 0,17, $p < 0,01$) un nepilnīga informācijas sniegšana/melošana slēdzot kredītlīgumu (korelācijas koeficients = 0,14, $p < 0,01$).

Kas subjektīvi sekmē biežu *ātro kredītu* pakalpojumu izmantošanu Latvijā? Biežāku, iespējams, nekā objektīvi būtu nepieciešams, *ātro kredītu* pakalpojumu izmantošanu prognozē (visi korelācijas koeficienti statistiski nozīmīgi 99% ticamības robežās, $p < 0,01$): kredītu ātra un ērta pieejamība (korelācijas koeficients = 0,24), īss uztvertais iesnieguma izskatīšanas laiks (korelācijas koeficients = 0,19), subjektīvais viedoklis par to, ka viegli pagarināt naudas atdošanas termiņu (korelācijas koeficients = 0,23), nav jālūdz nauda draugiem vai radiem (korelācijas koeficients = 0,26), subjektīvi novērtēta iespēja aizņemt nelielu naudas summu (korelācijas koeficients = 0,37), fakts, ka nav nevienam jāpaskaidro kāpēc kredīts tiek ņemts (korelācijas koeficients = 0,38).

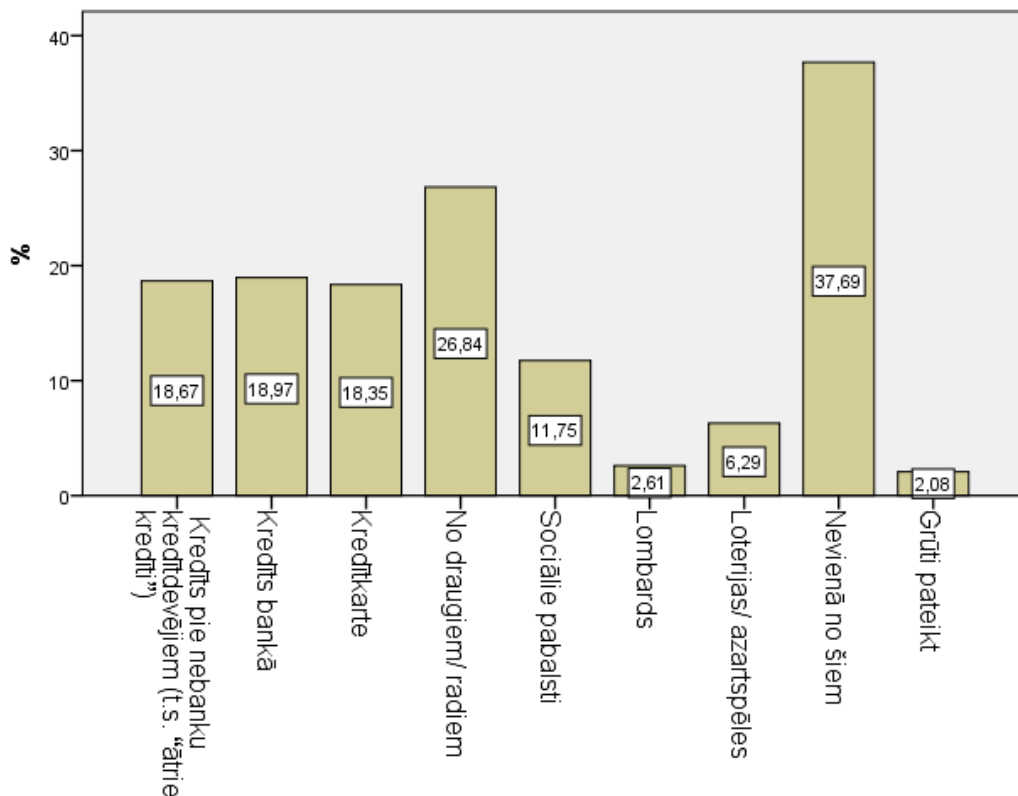
Tālāk seko aptaujas anketas rezultātu analīze, sadalīta divās lielās grupās:

- 1) Visu respondentu sniegtās atbildes uz uzdotajiem jautājumiem;
- 2) Tikai *ātro kredītu* ņēmēju sniegtās atbildes uz uzdotajiem jautājumiem.

¹³ Korelācija ir mērījums, kas parāda divu mainīgo lielumu saistību (t.i., kā, mainoties vienam mainīgajam, izmainās arī otrs).

Visi respondenti

“Jā” atbilžu jautājuma “Kuros no šiem veidiem Jūs esat ieguvis/-usi finanšu līdzekļus pēdējo trīs gadu laikā?” sadalījums, katrs respondents varēja atzīmēt vairākas atbildes (9.att.).



9.att. “Jā” atbilžu jautājuma “Kuros no šiem veidiem Jūs esat ieguvis/-usi finanšu līdzekļus pēdējo trīs gadu laikā?” sadalījums

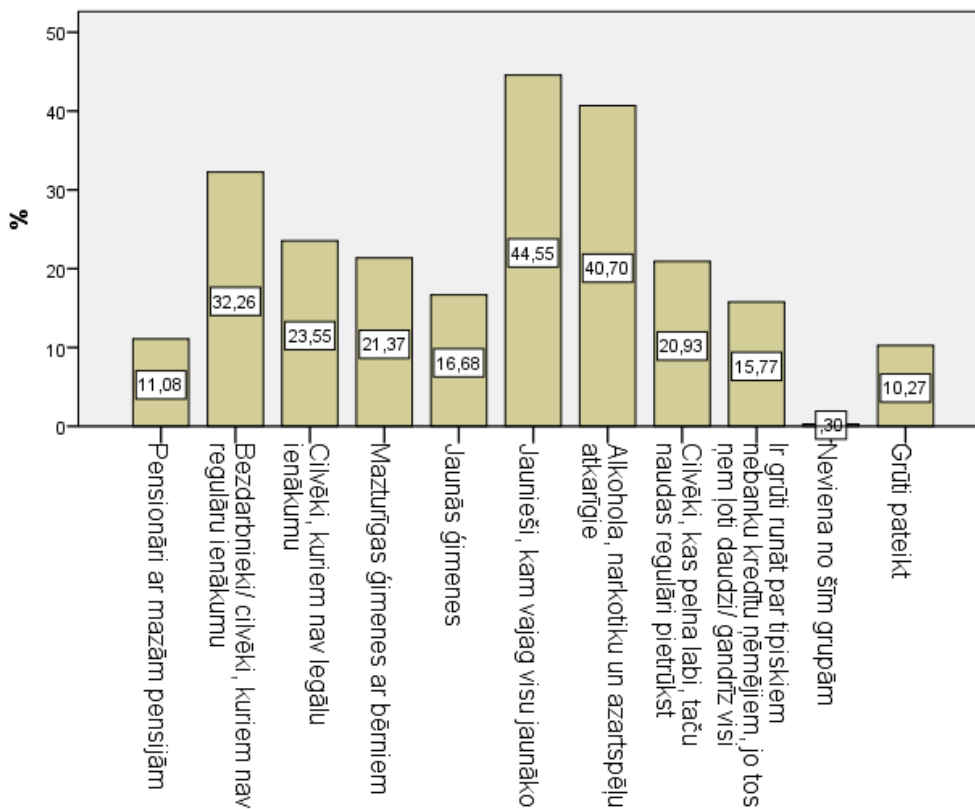
Sniegtās atbildes parāda, ka cilvēki zina un izmanto dažādus naudas iegūšanas veidus, turklāt gan tradicionālus, gan mazāk ierastus, piemēram, loterijas un azartspēles (6,29%) un lombards (2,61%). Joprojām populāra ir naudas aizņemšanās no draugiem vai radiem (26,84%), kam seko kredīts bankā (18,97%), kredīts pie nebanku kredītdevējiem (18,67%) un kredītkarte (18,35%). Arī sociālie pabalsti tiek uzskatīti par risinājumu (11,75%).

Atbilžu uz jautājumu “Vai kāds no Jūsu draugiem, radiem vai paziņām ir ņēmis/-usi nebanku kredītus pēdējo trīs gadu laikā?” sadalījums (1.tabula). Gandrīz 46% aptaujāto atzinuši, ka zina dažus (39,9%) vai pat daudzus (5,7%) radu un draugu lokā, kas pēdējo trīs gadu laikā ir ņēmusi nebanku kredītus. Savukārt 42,5% atzinuši, ka nezina nevienu šādu cilvēku, bet 11,9% ir bijis grūti atbildēt.

1.tabula
Atbilžu uz jautājumu “Vai kāds no Jūsu draugiem, radiem vai paziņām ir ņēmis/-usi nebanku kredītus pēdējo trīs gadu laikā?” sadalījums.

		Biežumi ¹⁴	Procenti
	Jā, zinu dažus šādus cilvēkus	400	39,9
	Jā, man draugu un radu lokā tādu ir daudz	57	5,7
	Nē, nezinu nevienu šādu cilvēku	428	42,5
	Total	885	88,1
	Grūti atbildēt	120	11,9
Kopā:		1005	100,0

“Jā” atbilžu uz jautājumu “Kuras no šīm grupām, Jūsaprāt, ir tipiski nebanku kredītu ņēmēji Latvijā?” sadalījums, katrs respondents varēja atzīmēt vairākas atbildes (10.att.).



10.att. “Jā” atbilžu uz jautājumu “Kuras no šīm grupām, Jūsaprāt, ir tipiski nebanku kredītu ņēmēji Latvijā?” sadalījums

¹⁴ Atbilžu skaits no kopējā respondent skaita n=1005

Respondentu sniegtās atbildes gan apstiprina sabiedrības stereotipus, gan liek pārskatīt masu medijos un sabiedrībā tīrāzētā tipiskā *ātro kredītu* ņēmēja profilu un iemeslus. Piemēram, 44,55% aptaujāto uzskata, ka tipiski nebanku kredītēšanas kompāniju klienti ir jaunieši, kam vajag visu jaunāko, bet 20,93%, ka tie ir cilvēki, kas pelna labi, taču naudas regulāri pietrūkst. Savukārt 40,7% respondentu uzskata, ka tipiski nebanku kredītu ņēmēji ir alkohola, narkotiku un azartspēļu atkarīgie, kam seko bezdarbnieki vai cilvēki ar neregulāriem ienākumiem (32,26%). Tāpat respondenti ir pārliecināti, ka *ātros kredītus* izvēlas cilvēki, kuriem nav legālu ienākumu (23,55%), un mazturīgas ģimenes ar bērniem (21,37%). Tikai 11,08% uzskata, ka nebanku kredītus ņem pensionāri ar mazām pensijām.

Atbilžu uz jautājumu “Vai Jums patlaban ir finanšu uzkrājumi?” sadalījums (2.tabula). Atbildes uz šo jautājumu respondentu ļauj sadalīt divās lielās grupās – tajos, kuri apgalvo, ka ir (42,8%) un tajos, kuri apgalvo, ka nav (49,4%). Par tiem, kas uz jautājumu atbildējuši – grūti pateikt (7,9%), ir iespējams izvirzīt vairākus pieņēmumus – uzkrājumi ir, bet nevēlas tos atklāt, vai uzkrājumu nav, tāpēc nevēlas uz šo jautājumu atbildēt pēc būtības.

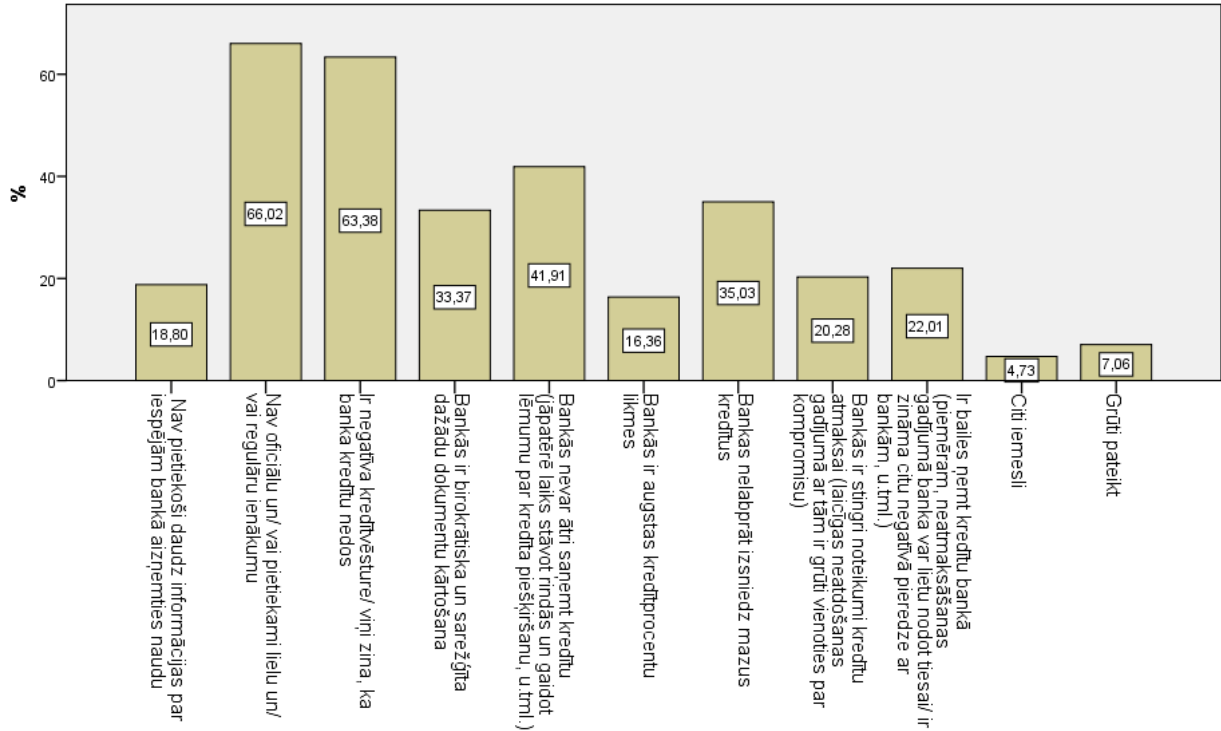
2.tabula
Atbilžu uz jautājumu “Vai Jums patlaban ir finanšu uzkrājumi?” sadalījums

	Biežumi	Procenti
Jā	430	42,8
Nē	496	49,4
Total	926	92,1
Grūti pateikt	79	7,9
Kopā:	1005	100,0

Jautājuma “Ir zināms, ka daudzi cilvēki Latvijā kredītus ņem nevis bankās, bet gan izvēlas nebanku kredītus, kurus izsniedz nebanku kredītdevēji. Lūdzu, atzīmējiet, kuri, Jūsaprāt, ir galvenie iemesli, kāpēc viņi tā rīkojas?” atbilžu sadalījums, katrs respondents varēja atzīmēt vairākas atbildes (11.att.).

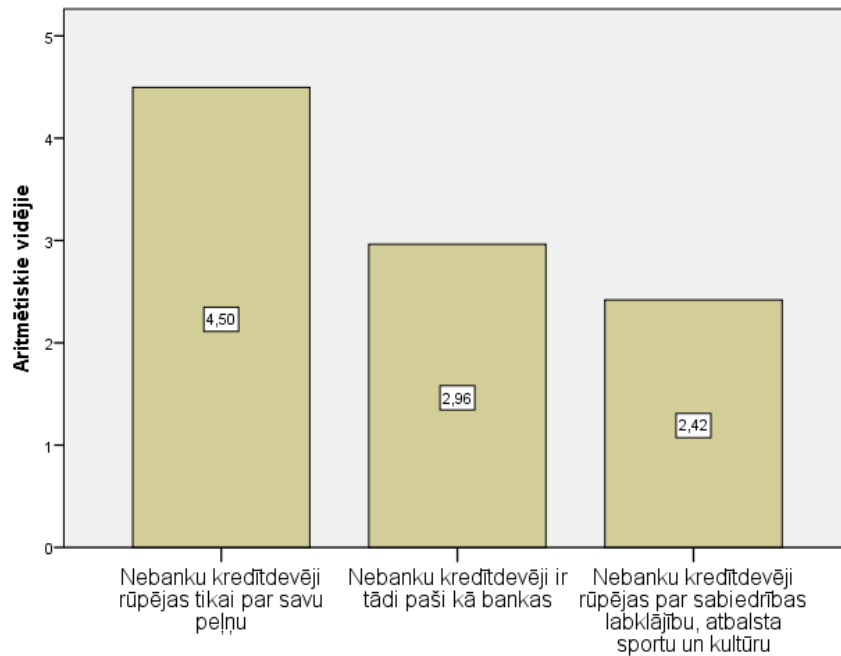
Respondentu sniegtās atbildes korelē ar iepriekšējos jautājumos pausto. 66,02% respondentu uzskata, ka galvenais iemesls, kāpēc cilvēki dod priekšroku nebanku kredītiem ir neoficiāli, nepietiekami vai neregulāri ienākumi. Savukārt 63,38% aptaujāto uzskata, ka *ātros kredītus* izvēlas tie, kuriem ir negatīva kredītvēsture un viņi zina, ka banka kredītu nedos. Liela daļa ir pārliecināta, ka viens no galvenajiem iemesliem, kāpēc cilvēki izdara izvēli par labu nebanku kredītiem, ir pārliecība, ka bankās nevar ātri saņemt kredītu (41,91%). Tāpat respondentu uzskata, ka cilvēkus no bankā attur tas, ka tās nelabprāt izsniedz mazus kredītus (35,03%), kā arī tas, ka bankās ir birokrātiska un sarežģīta dažādu dokumentu kārtošana (33,37%).

No sabiedrības informētības un komunikācijas viedokļa ir svarīgi atzīmēt faktu, ka 18,80% respondentu uzskata, ka cilvēkus no došanās uz banku attur tas, ka nav pietiekami daudz informācijas par iespējam bankā aizņemties naudu. Tāpat diskusijas vērts ir pieņēmums, ka cilvēki izvēlas *ātros kredītus*, jo viņiem ir bailes ņemt kredītu bankā, tā uzskata 22,01%.



11.att. Galvenie iemesli, kāpēc kredītu neņem bankā

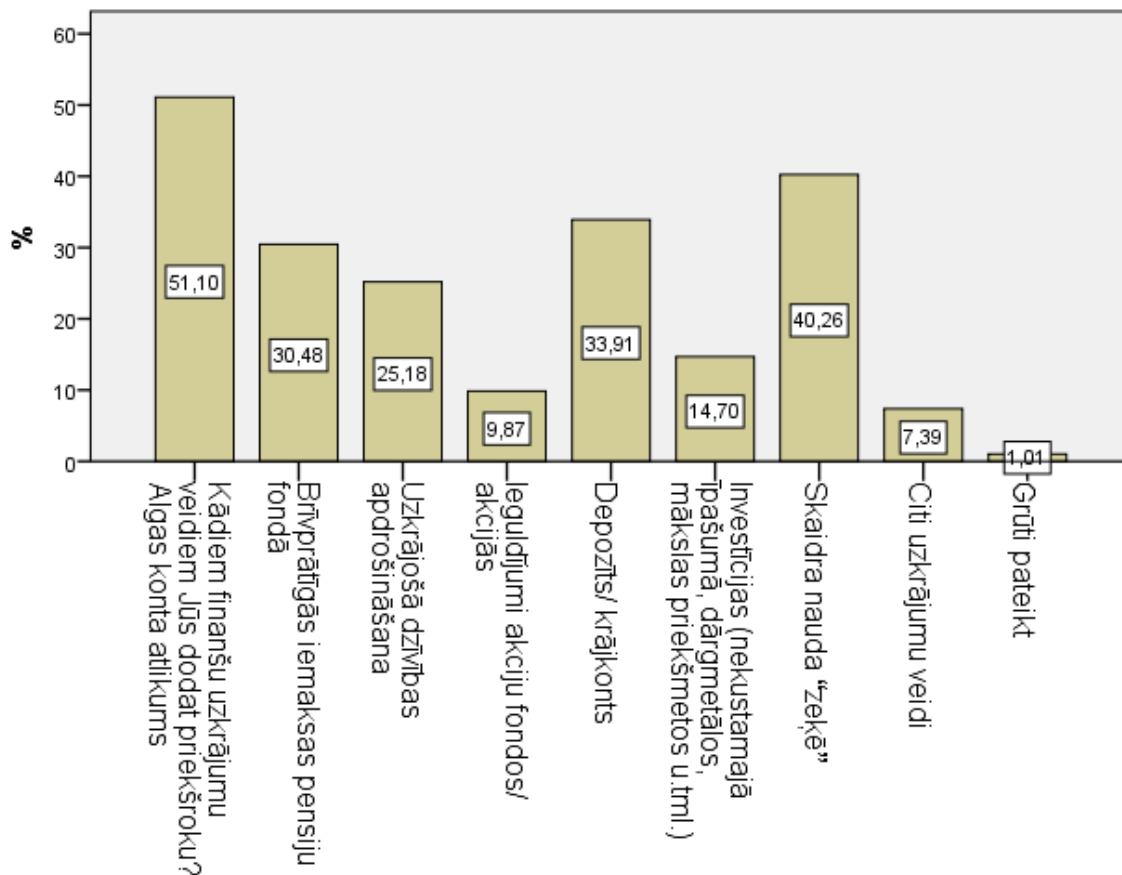
Jautājuma “Lūdzu atzīmējiet cik lielā mērā katrs no šiem apgalvojumiem, Jūsaprāt, raksturo nebanku kredītdevējus?” atbilžu aritmētiskie vidējie, skala 1 (nemas) – 5 (oti) (12.att.).



12.att. Nebanku kredītdevēju raksturojums

Runājot par nebanku kredītdevēju tēlu un reputāciju sabiedrībā, aptaujātie respondenti uzskata, ka *ātro kredītu* kompānijas lielā mērā rūpējas tikai par savu peļņu. Vienlaikus jāatzīmē, ka cilvēku spēja atšķirt nebanku un banku kredītdevējus ir visai zema. Respondentu atbildes liecina, ka cilvēku acīs pamazām nebanku kredītdevēji kļūst līdzīgi bankām. Tāpat savu iespaidu uz sabiedrības viedokli ir atstājušas *ātro kredītu* sponsorēšanas un labdarības aktivitātes, daļa cilvēku ir pārliecināti, ka nebanku kredītdevēji rūpējas par sabiedrības labklājību, atbalsta sportu un kultūru.

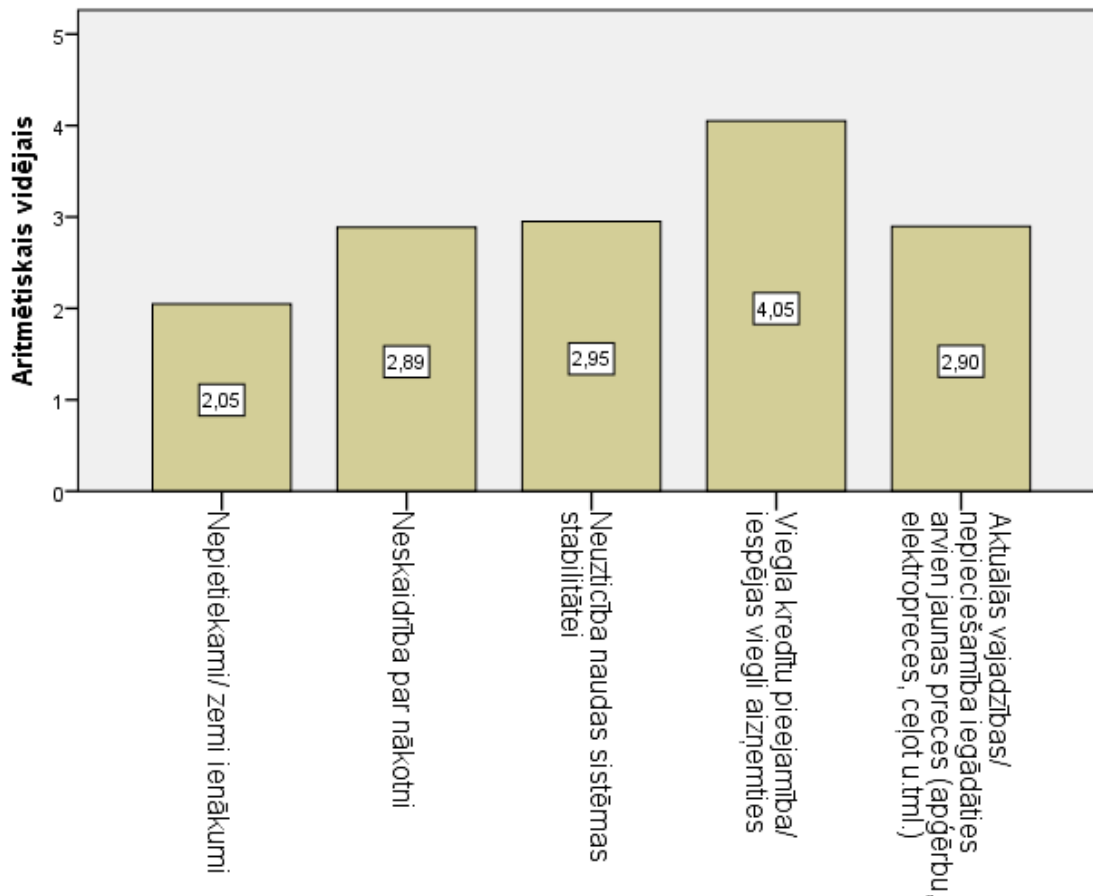
Jautājuma “Kādiem finanšu uzkrājumu veidiem Jūs dodat priekšroku? Lūdzu, atzīmējiet visus atbilstošos atbilžu variantus” atbilžu sadalījums (13.att.).



13.att. Jautājuma “Kādiem finanšu uzkrājumu veidiem Jūs dodat priekšroku? Lūdzu, atzīmējiet visus atbilstošos atbilžu variantus” atbilžu sadalījums

Pārliecinošs vairākums respondentu ir atbildējuši, ka tas ir algas konta atlikums (51,10%), kam seko skaidras nauda “zeķē” (40,26%). Tas ļauj izdarīt pieņēmumu, ka liela daļa iedzīvotāju joprojām uzkrājumu veidošanā nevēlas izmantot finanšu institūciju pakalpojumus. Depozīti vai krājkonti ir viens no izplatītākajiem uzkrājumu veidiem (33,91%), tiem seko brīvprātīgās iemaksas pensiju fondā (30,48%), kā arī uzkrājošā dzīvības apdrošināšana (25,18%).

Atbilžu uz jautājumu “Lūdzu, novērtējiet, cik lielā mērā katrs no šiem faktoriem Jums traucē veidot finanšu uzkrājumus?” aritmētiskie vidējie skalā no 1 (nemaz) – 5 (ļoti) (14.att.).



14.att. Faktori, kas traucē veidot finanšu uzkrājumus

Atbildes uz jautājumu apgāž pieņēmumu, ka galvenais iemesls, kāpēc cilvēki neveido uzkrājumus ir zemi vai nepietiekami ienākumi. Respondenti atzīst, ka galvenais iemesls, kas viņus nemudina uzkrāt ir viegla kredītu pieejamība/ iespējas viegli aizņemties. Tam seko neuzticība naudas sistēmas stabilitātei un neskaidrība par nākotni, kā arī patērieciska domāšana – aktuālās vajadzības un nepieciešamība iegādāties arvien jaunas preces. Nepietiekami vai zemi ienākumi tiek minēts kā pēdējais iemesls, kas kavē uzkrājumu veidošanu.

Tikai respondenti, kas ir aizņēmušies naudu no nebanku kredītdevējiem

Atbilžu uz jautājumu “Cik reizes pēdējo trīs gadu laikā Jūs esat aizņēmijs/-usies naudu no nebanku kredītdevējiem?” biežumu sadalījums (3.tabula).

3.tabula

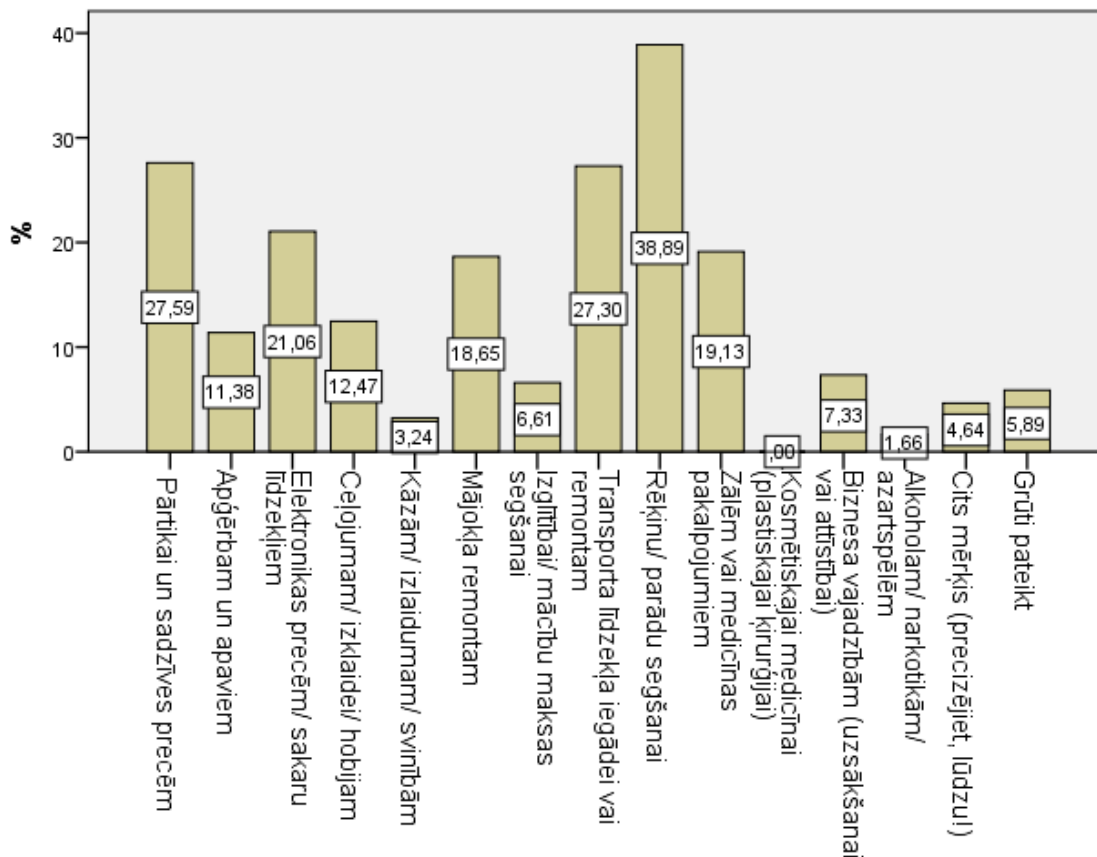
Atbilžu uz jautājumu “Cik reizes pēdējo trīs gadu laikā Jūs esat aizņēmijs/-usies naudu no nebanku kredītdevējiem?” biežumu sadalījums

	Biežumi	Procenti
Nevienu	704	70,0
Vienu	65	6,5
Divas	53	5,3
Trīs	46	4,6
Četras vai vairākas	97	9,7
Total	965	96,0
Grūti pateikt	40	4,0
Kopā:	1005	100,0

Kopumā gandrīz 26% no visiem respondentiem ir atbildējuši, ka pēdējo trīs gadu laikā ir vismaz vienu reizi aizņēmušies naudu no nebanku kredītdevējiem. Īpaši jāatzīmē fakts, ka gandrīz 10% no tiem naudu aizņēmušies četras un vairākas reizes. Attiecīgi divas reizes aizņēmušies 5,3%, bet trīs – 4,6%.

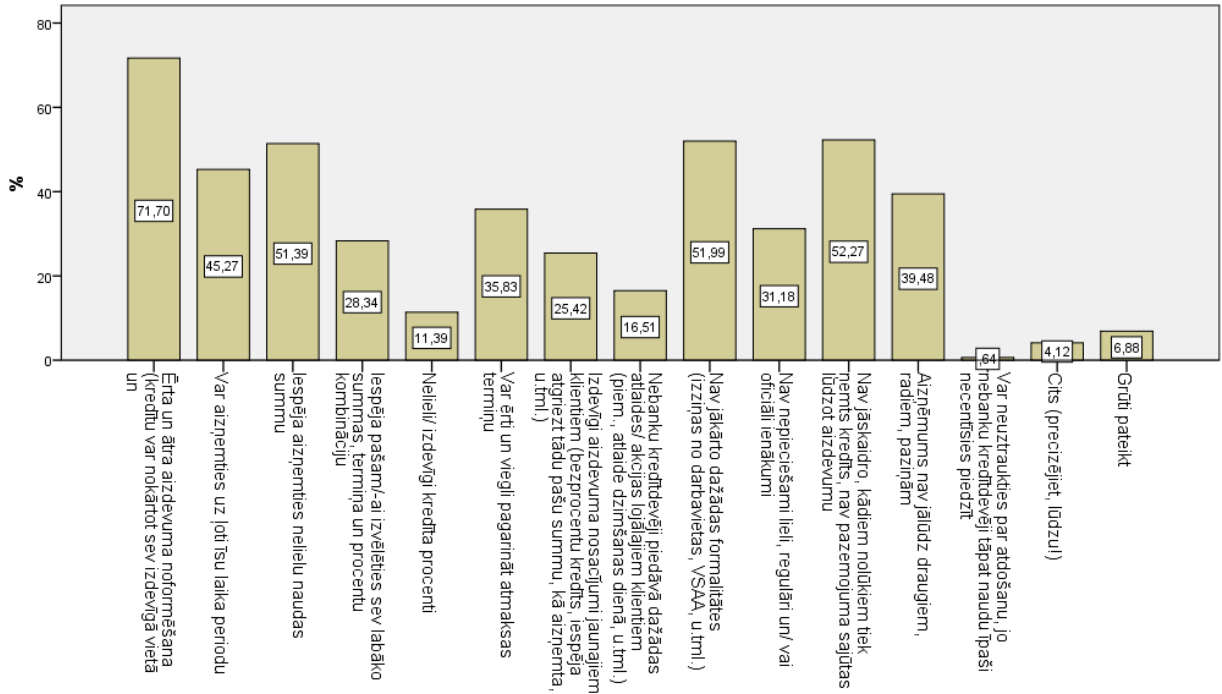
Atbilžu uz jautājumu “Kādiem mērķiem Jūs esat ņēmis/-usi nebanku kredītu?” biežumu sadalījums (izlase: respondenti, kuri ņēmuši kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (15.att.).

Atbildes liecina, ka visbiežāk *ātrie kredīti* ir ņēmti rēķinu vai parādu segšanai (38,89%), pārtikas un sadzīves preču iegādei (27,59%), kā arī transporta līdzekļa iegādei vai remontam (27,30%). Tāpat viens no biežiem iemesliem, lai aizņemtos naudu ir elektronikas preču un sakaru līdzekļu iegāde (21,06%). Nauda ņemta arī zālēm vai medicīnas pakalpojumiem (19,13%), kam seko mājokļa remonts (18,65%).



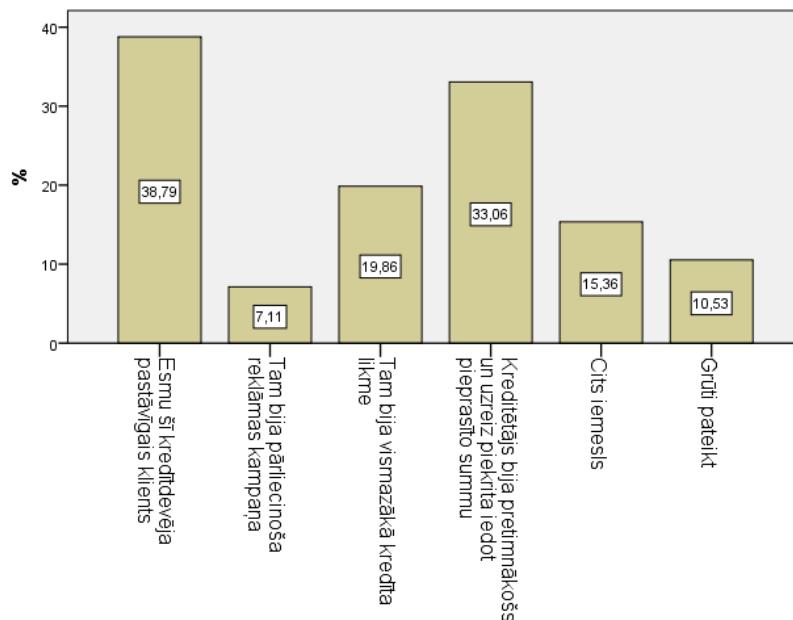
15.att. Jautājuma “Kādiem mērķiem Jūs esat ņēmis/-usi nebanku kredītu?” biežumu sadalījums

Atbilžu uz jautājumu “Kāpēc Jūs izvēlējāties izmantot tieši nebanku kredītdevēju sniegto iespēju aizņemties naudu, nevis aizņemties no bankas?” biežumu sadalījums (izlase: respondenti, kuri ņēmuši kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (16.att.). Visbiežāk respondenti minējuši, ka galvenais iemesls izvēlei par labu *ātrajiem kredītiem* ir ērta un ātra aizdevuma noformēšana (71,70%), kam seko – nav jāskaidro, kādiem nolūkiem nauda tiek ņemta un nav pazemojuma sajūtas lūdzot aizdevumu (52,27%). Tam seko argumenti, ka nav jākārt dažādas formalitātes (51,99%) un iespējas aizņemt nelielas naudas summas (51,39%).



16.att. Jautājuma “Kāpēc Jūs izvēlējāties izmantot tieši nebanku kredītdevēju sniegto iespēju aizņemties naudu, nevis aizņēmties no bankas?” biežumu sadalījums

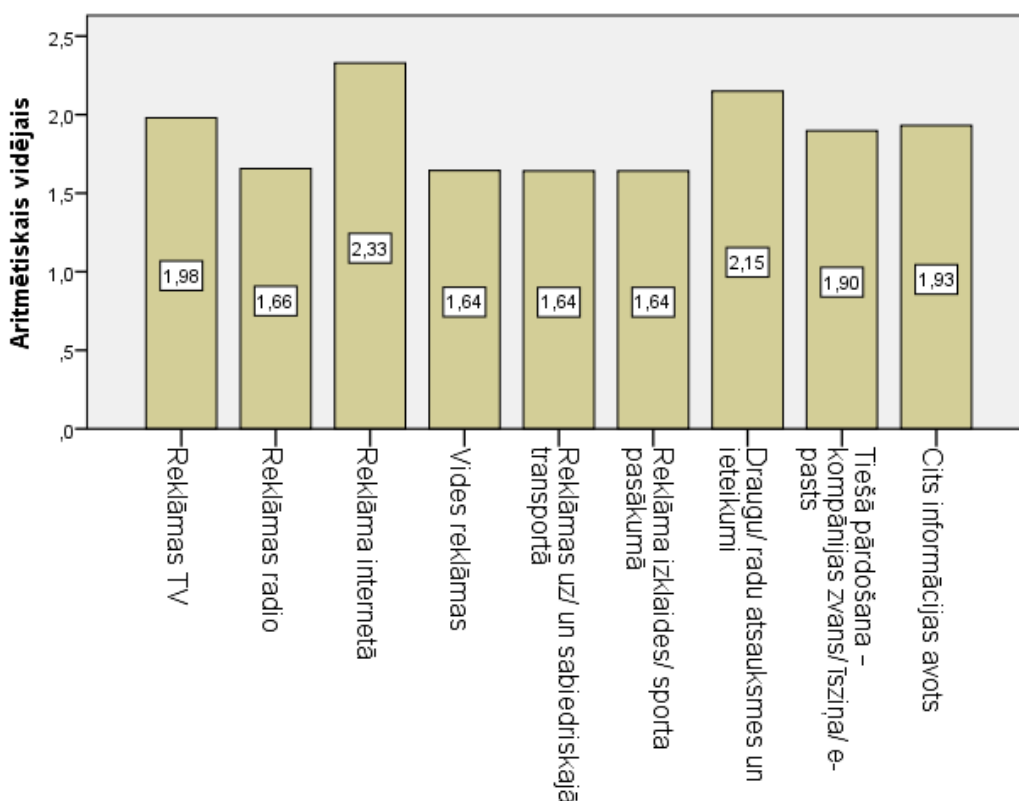
Atbilžu uz jautājumu “Tagad, lūdzu, domājiet par pēdējo reizi, kad Jūs aizņēmties naudu no kāda nebanku kredītdevēja. Kāpēc Jūs izvēlējāties aizņemties tieši no šī kredītu devēja?” biežumu sadalījums (izlase: respondenti, kuri ņēmuši kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (17.att.).



17.att. Jautājuma “Kāpēc Jūs izvēlējāties aizņemties tieši no šī kredītu devēja?” biežumu sadalījums

Respondentu atbildes liecina, ka daļai *ātro kredītdevēju* jau ir savi lojāli klienti un pastāvīgais klientu loks. Esmu šī kredītdevēja pastāvīgais klients – kā galveno iemeslu savai izvēlei par labu konkrētam kredītdevējam atzīmējuši 38,79% respondentu, bet 33,06% minējuši, ka viņus piesaistījusi kredītdevēja pretimnākšana un gatavība uzreiz izsniegt prasīto summu. Arī reklāmas var uzskatīt par samērā iedarbīgu līdzekli – 7,11% respondentu atzinuši, ka viņus uzrunājusi pārlicinošā reklāmas kampaņa.

Atbilžu uz jautājumu “Cik lielā mērā Jūsu izvēli par labu konkrētajam nebanku kredītdevējam ietekmēja minētie informācijas avoti?” aritmētiskie vidējie, atbildes skalā no 1 (nemaz) – 5 (ļoti) (izlase: respondenti, kuri ņēmuši kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (18.att.).



18.att. Jautājuma “Cik lielā mērā Jūsu izvēli par labu konkrētajam nebanku kredītdevējam ietekmēja minētie informācijas avoti?” aritmētiskie vidējie skalā no 1 (nemaz) – 5 (ļoti)

Lai arī negribīgi, respondenti atzinuši, ka viņu izvēli salīdzinoši vairāk ietekmējušas reklāmas internetā, bet gandrīz tikpat nozīmīga loma ir bijusi draugu vai radu atsauksmēm un ieteikumiem.

Atbilžu uz jautājumu “Vai Jūs šim nebanku kredītdevējam norādītāj pilnīgu un patiesu informāciju par saviem ienākumiem un izdevumiem?” biežumu sadalījumi (izlase: respondenti, kuri ņēmuši kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (4.tabula).

4.tabula

Jautājuma "Vai Jūs šim nebanku kredītdevējam norādījāt pilnīgu un patiesu informāciju par saviem ienākumiem un izdevumiem?" biežumu sadalījums

		Biežumi	Procenti
	Jā	236	78,4
	Nē	39	12,8
	Grūti pateikt	26	8,8
	Kopā:	301	100,0

Gandrīz 13% aptaujāto atzinuši, ka nebanku kredītdevējam nav norādījuši pilnīgu un patiesu informāciju par saviem ienākumiem un izdevumiem, bet gandrīz 9% atbildējuši – grūti pateikt, ko iespējams interpretēt kā izvairīšanos no atbildes sniegšanas un visticamāk, ka patiesā atbilde ir nē.

Atbilžu uz jautājumu "Vai pirms šī kredīta ņemšanas rūpīgi iepazīties ar līguma noteikumiem?" atbilžu sadalījumi (izlase: respondenti, kuri ņēmuši kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (5.tabula).

5.tabula

Jautājuma "Vai pirms šī kredīta ņemšanas rūpīgi iepazīties ar līguma noteikumiem?" atbilžu sadalījums

		Biežumi	Procenti
	Jā	192	72,3
	Nē	74	27,7
	Kopā:	266	100,0

Gandrīz 27% godīgi atzinuši, ka pirms kredīta ņemšanas nav rūpīgi iepazīties ar līguma noteikumiem.

Atbilžu uz jautājumu "Vai pirms šī kredīta ņemšanas zinājāt tā procentu likmi?" atbilžu sadalījumi (izlase: respondenti, kuri ņēmuši kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (6.tabula).

6.tabula

Jautājuma "Vai pirms šī kredīta ņemšanas zinājāt tā procentu likmi?" atbilžu sadalījums

		Biežumi	Procenti
	Jā	238	87,0
	Nē	36	13,0
	Kopā	274	100,0

87% respondentu apgalvo, ka pirms kredīta ņemšanas zinājuši procentu likmi, tikai 13% atzinuši, ka to nav zinājuši. Vienlaikus jāatzīmē, ka nav iespējams pilnībā pārbaudīt šos apgalvojumus.

Atbilžu uz jautājumu “Vai pirms šī kredīta ņemšanas zinājāt, kādas ir iespējamās soda sankcijas?” atbilžu sadalījumi (izlase: respondenti, kuri ņēmuši kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (7.tabula).

7.tabula

Jautājuma “Vai pirms šī kredīta ņemšanas zinājāt, kādas ir iespējamās soda sankcijas?” atbilžu sadalījums

		Biežumi	Procenti
	Jā	212	79,0
	Nē	56	21,0
	Kopā	268	100,0

21% respondentu atbildējuši, ka pirms kredīta ņemšanas nav zinājuši, kādas ir iespējamās soda sankcijas, bet 79% ir pārliecināti, ka bijuši informēti.

Atbilžu uz jautājumu “Cik ilgā laikā Jums tika piešķirts nebanku kredīts (t.i. kontā tika ieskaitīta nauda)?” atbilžu sadalījumi (izlase: respondenti, kuri ņēmuši kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (8.tabula).

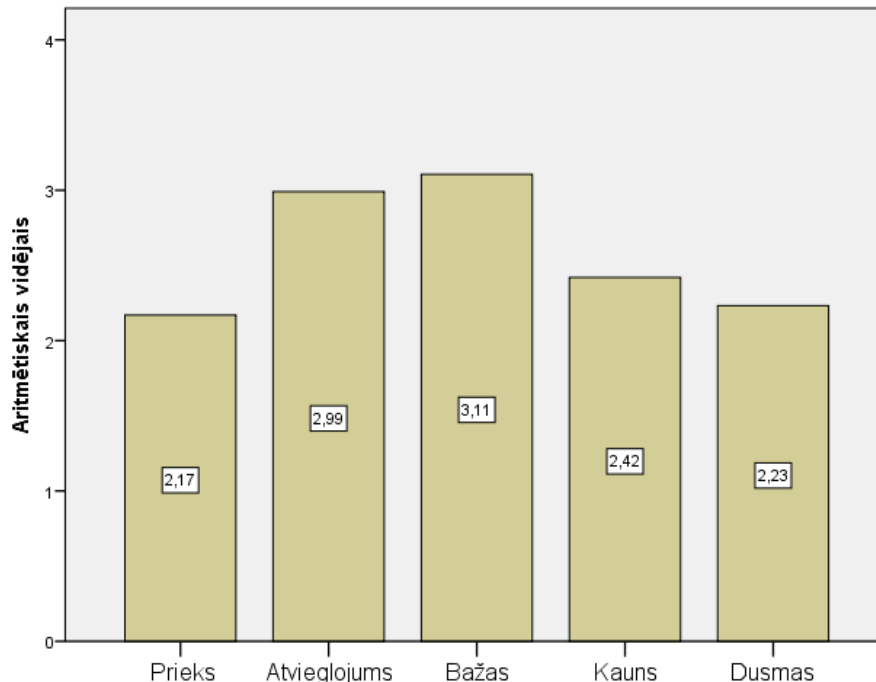
8.tabula

Jautājuma “Cik ilgā laikā Jums tika piešķirts nebanku kredīts (t.i. kontā tika ieskaitīta nauda)?” atbilžu sadalījums

		Biežumi	Procenti
	Mazāk kā 12 stundu laikā	244	86,1
	12 – 24 stundu laikā	29	10,3
	24 – 48 stundu laikā	8	2,8
	Vairāk nekā 48 stundu laikā	2	0,8
	Kopā	284	100,0

96,4 % respondentu atzinuši, ka *ātro kredītu* izdevies saņemt diennakts laikā, bet vairākumam jeb 86,1% notiek mazāk kā 12 stundu laikā.

Atbilžu uz jautājumu “Lūdzu, novērtējiet emocijas, kuras Jūsos radās tad, kad pēdējo reizi ņēmāt nebanku kredītu?” atbilžu aritmētiskie vidējie, skala 1 (nemaz) – 5 (pilnā mērā) (izlase: respondenti, kuri ņēmuši kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (19.att.).



19.att. Jautājuma “Lūdzu, novērtējiet emocijas, kuras Jūsos radās tad, kad pēdējo reiziņēmāt nebanku kredītu?” atbilžu aritmētiskie vidējie, skala 1 (nemaz) – 5 (pilnā mērā)

Novērtējot savas emocijas, aptaujātie respondenti atzinuši, ka visvairāk izjūti bažas. Reizē *ātro kredītu* iegūšana ir sniegusi arī atvieglotuma sajūtu un pat prieku. Tāpat mazākā mērā, bet cilvēki izjūti arī kaunu un dusmas.

Atbilžu uz jautājumu “Cik viegli vai grūti Jums bija saplānot savu budžetu, lai varētu laikus atmaksāt nebanku kredītu?” atbilžu sadalījumi (izlase: respondenti, kuriņēmusi kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (9.tabula).

9.tabula
Jautājumu “Cik viegli vai grūti Jums bija saplānot savu budžetu, lai varētu laikus atmaksāt nebanku kredītu?” atbilžu sadalījums

		Biežumi	Procenti
	Ļoti grūti	32	11,3
	Drīzāk grūti	77	27,3
	Drīzāk viegli	107	38,0
	Ļoti viegli	66	23,4
	Kopā	282	100,0

Kopumā 38,6% respondentu atzinuši, ka viņiem bija ļoti grūti (11,3%) vai drīzāk grūti (27,3%) saplānot savu budžetu, lai atmaksātu kredītu. Savukārt 61,4% aptaujāto atbildēja, ka tas ir bijis drīzāk viegli vai ļoti viegli – attiecīgi 38% un 23,4%.

Atbilžu uz jautājumu “Vai pēdējo trīs gadu laikā Jums kāda nebanku kredīta atmaksas laikā ir bijušas kādas problēmas vai sarežģījumi ar kredīta atmaksu noteiktajā termiņā?” atbilžu sadalījumi (izlase: respondenti, kuri ņēmuši kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (10.tabula).

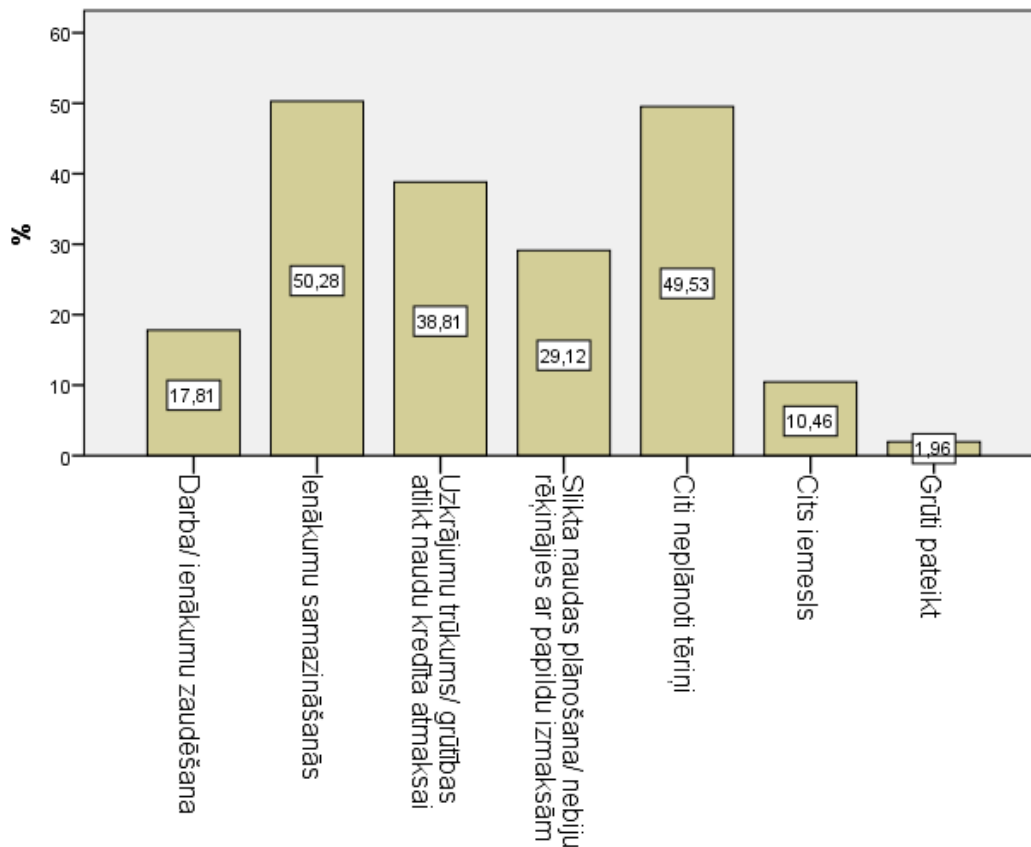
10.tabula

Jautājuma “Vai pēdējo trīs gadu laikā Jums kāda nebanku kredīta atmaksas laikā ir bijušas kādas problēmas vai sarežģījumi ar kredīta atmaksu noteiktajā termiņā?” atbilžu sadalījums

		Biežumi	Procenti
	Ir bijušas problēmas vienu reizi	40	14,1
	Ir bijušas problēmas vairākas reizes	72	25,2
	Nav bijis problēmu	174	60,7
	Kopā	286	100,0

Kopumā gandrīz 40% aptaujāto atzinuši, ka viņiem vismaz vienu reizi ir bijušas problēmas ar kredīta atmaksu, no tiem 25,2% problēmas ir bijušas vairākas reizes.

Atbilžu uz jautājumu “Kādi bija galvenie iemesli, kāpēc Jums, atmaksājot nebanku kredītu, bija radušās problēmas to atmaksāt noteiktajā termiņā?” biežumu sadalījums (izlase: respondenti, kuriem bijušas problēmas ar kredīta atmaksas termiņiem) (20.att.). Kā galvenos iemeslus nespējai atdot kredītu noteiktajā termiņā respondenti minējuši ienākumu samazināšanos (50,28%) un citus neplānotus tēriņus (49,53%). Tāpat atdot naudu laikā respondentus kavējis uzkrājumu trūkums un grūtības atlikt naudu kredīta atmaksai (38,81%).



20.att. Jautājuma “Kādi bija galvenie iemesli, kāpēc Jums, atmaksājot nebanku kredītu, bija radušās problēmas to atmaksāt noteiktajā termiņā?” biežumu sadalījums

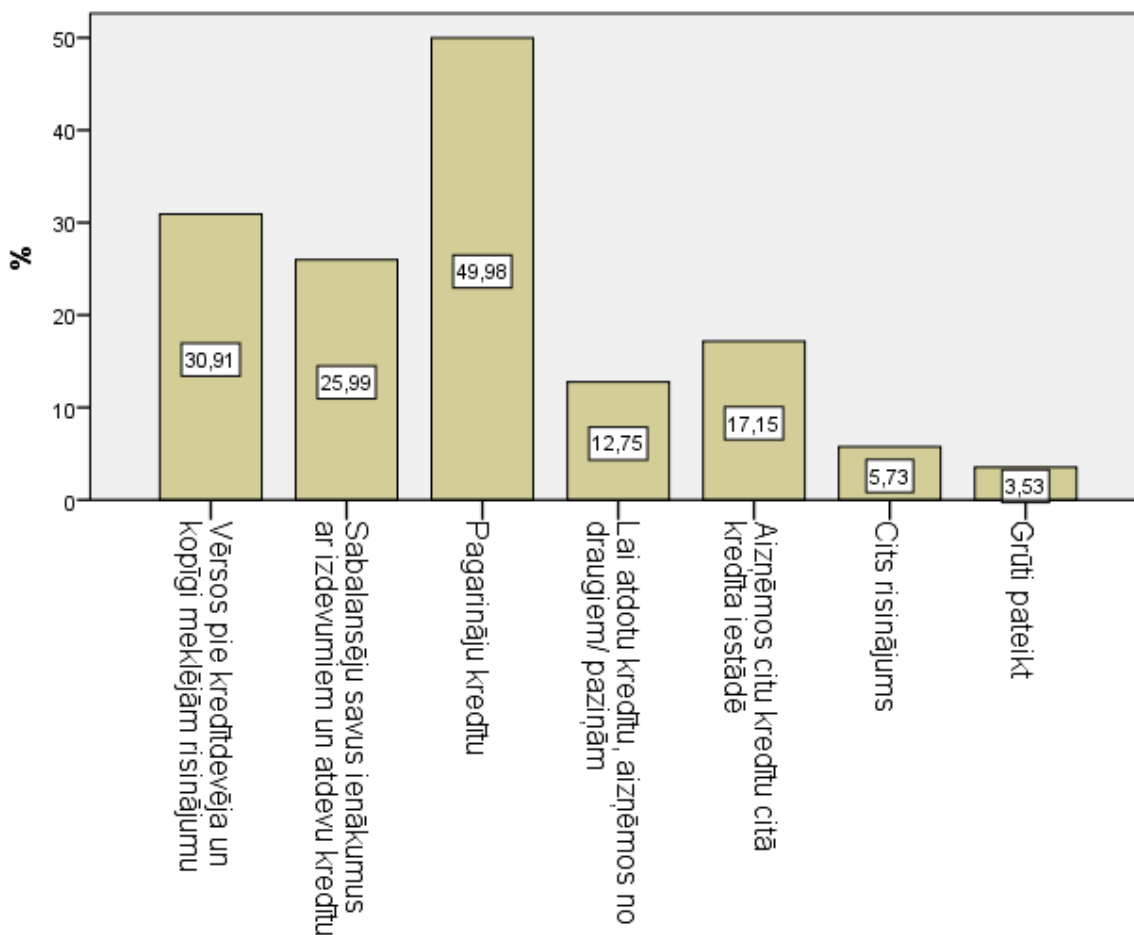
Atbilžu uz jautājumu “Cik ilgā laika posmā pēc noteiktā termiņa Jūs veicāt šī problemātiskā nebanku kredīta atmaksu?” biežumu sadalījumi (izlase: respondenti, kuriem bijušas problēmas ar kredīta atmaksas termiņiem) (11.tabula).

11.tabula
Jautājuma “Cik ilgā laika posmā pēc noteiktā termiņa Jūs veicāt šī problemātiskā nebanku kredīta atmaksu?” biežumu sadalījums

	Biežumi	Procenti
Vēl neesmu atmaksājis/-usi	18	16,8
Mēneša laikā	42	40,3
2 līdz 4 mēnešu laikā	25	24,1
4 līdz 6 mēnešu laikā	9	8,4
Vairāk nekā 6 mēnešu laikā	11	10,5
Kopā	105	100,0

No aptaujātajiem gandrīz 17% atzina, ka vēl nav atmaksājuši problemātisko kredītu, 40% to ir izdevies izdarīt mēneša laikā, bet 24% divu līdz četrus mēnešu laikā. Savukārt gandrīz 20% atzinuši, ka problemātiskā kredīta atmaksa aizņēmusi vairāk nekā četrus mēnešus, bet no tiem pusei – vairāk nekā sešus mēnešus.

Atbilžu uz jautājumu "Kā Jūs risinājat šī nebanku kredīta atmaksas problēmu?" biežumu sadalījumi (izlase: respondenti, kuriem bijušas problēmas ar kredīta atmaksas termiņiem) (21.att.).



21.att. Jautājuma "Kā Jūs risinājat šī nebanku kredīta atmaksas problēmu?" biežumu sadalījums

Kā atzinuši respondenti, biežākais *ātro kredītu* atmaksas problēmas risinājums ir kredīta pagarināšana (49,98%). Tāpat risinājums rasts, vērstoties pie kredītdevēja (30,91%). Daļa respondentu mēģināšu sabalansēt savus ienākumus ar izdevumiem, lai atdotu kredītu (25,99%). Salīdzinoši bieži nauda kredīta atdošanai iegūta paņemot nākamo kredītu citā iestādē (17,15%) vai aizņemoties no draugiem vai paziņām (12,75%).

Atbilžu uz jautājumu “Cik reizes Jums nācās pagarināt šī problemātiskā nebanku kredīta atmaksas termiņu?” biežumu sadalījumi (izlase: respondenti, kuriem bijušas problēmas) (12.tabula).

12.tabula
Jautājuma “Cik reizes Jums nācās pagarināt šī problemātiskā nebanku kredīta atmaksas termiņu?” biežumu sadalījums

		Biežumi	Procenti
	Vienu reizi	10	18,8
	Divas reizes	10	19,6
	Trīs reizes	13	25,8
	Četras vai vairākas reizes	18	35,8
	Kopā	51	100,0

Tikai 18,8% atbildēja, ka problemātiskā kredīta atmaksu nācās pagarināt tikai vienu reizi. Vairākumā gadījumu (81,2%) kredīta atmaksas termiņš tika pagarināts divas un vairāk reizes, bet 35,5% gadījumu pat četras un vairākas reizes.

Atbilžu uz jautājumu “Cik Jums izmaksāja šī problemātiskā nebanku kredīta pagarināšana?” biežumu sadalījumi (izlase: respondenti, kuriem bijušas problēmas) (13.tabula).

13.tabula
Jautājuma “Cik Jums izmaksāja šī problemātiskā nebanku kredīta pagarināšana?” biežumu sadalījums

		Biežumi	Procenti
Valid	Neko nemaksāja	3	4,9
	Mazāk par 50 eiro	35	65,1
	No 50 līdz 100 eiro	7	12,8
	Vairāk nekā 100 eiro	9	17,3
	Total	54	100,0

Gandrīz visos gadījumos problemātiskā kredīta atmaksas pagarināšana kaut ko ir maksājusi – atzinuši respondenti. 17,3% gadījumu summa ir bijusi lielāka par 100 eiro, bet 12,8% gadījumu – no 50 līdz 100 eiro. Vairumā gadījumu (65,1%) kredīta pagarinājums ir izmaksājis mazāk par 50 eiro.

Atbilžu uz jautājumu “Cik reizes nebanku kredītdevēji pēdējā gada laikā ir Jūs uzrunājuši, mudinot aizņemties atkārtoti?” biežumu sadalījumi (izlase: respondenti, kuriem bijušas problēmas) (14.tabula).

14.tabula

Jautājumu "Cik reizes nebanku kredītdevēji pēdējā gada laikā ir Jūs uzrunājuši, mudinot aizņemties atkārtoti?" biežumu sadalījums

		Biežumi	Procenti
	Nevienu	37	13,4
	Vienu reizi	18	6,6
	Divas reizes	30	11,1
	Trīs vai vairākas reizes	188	68,9
	Kopā	273	100,0

Vairums respondentu (86,6%) atzinuši, ka vismaz vienu reizi saņēmusi *ātro kredītdevēju* mudinājumu aizņemties atkārtoti, trīs un vairākas reizes aicinājumu saņēmusi nekā puse (68,9%) respondentu.

Atbilžu uz jautājumu "Vai kādreiz esat saskāries/-usies ar tiešu vai netiešu aicinājumu norādīt nepatiesus datus, lai Jums tiktu piešķirts nebanku kredīts un kā Jūs rīkojāties šajā situācijā?" biežumu sadalījumi (izlase: respondenti, kuriem bijušas problēmas) (15.tabula).

15.tabula

Jautājuma "Vai kādreiz esat saskāries/-usies ar tiešu vai netiešu aicinājumu norādīt nepatiesus datus, lai Jums tiktu piešķirts nebanku kredīts un kā Jūs rīkojāties šajā situācijā?" biežumu sadalījums

		Biežumi	Procenti
	Neesmu saskāries/-usies ar šādu aicinājumu	224	81,9
	Esmu saskāries/-usies, bet ignorēju šo aicinājumu	28	10,4
	Esmu saskāries/-usies un sniedzu nepatiesus datus	21	7,7
	Kopā	273	100,0

Vairāk nekā 10% aptaujāto atzinuši, ka ir saskārušies ar aicinājumu norādīt nepatiesus datus, bet to ignorējuši, bet gandrīz 8% pēc šāda aicinājuma saņemšanas – snieguši nepatiesus datus. Lielākā daļa (81,9%) atbildējuši, ka šādu aicinājumu nav saņēmuši.

Atbilžu uz jautājumu "Vai Jūs vairāties stāstīt draugiem un radiem, ka esat ņēmis/-usi nebanku kredītu?" biežumu sadalījumi (izlase: respondenti, kuriem bijušas problēmas) (16.tabula).

16.tabula

Jautājuma "Vai Jūs vairāties stāstīt draugiem un radiem, ka esat ņēmis/-usi nebanku kredītu?" biežumu sadalījums

		Biežumi	Procenti
	Jā	139	54,9
	Nē	114	45,1
	Kopā	253	100,0

Vairāk nekā puse (54,9%) no respondentiem, kuriem bijušas problēmas ar *ātro kredītu* atdošanu, vairās par to stāstīt draugiem un radiem. Savukārt 45,1% nav iebildumu par savu pieredzi runāt ar tuviem cilvēkiem.

Atbilžu uz jautājumu "Vai Jūs ieteiktu citiem izmantot nebanku kredītdevēju pakalpojumus? Lūdzu, sniedziet atbildes 10 punktu skalā, kur 1 nozīmē - nekādā gadījumā, bet 10 - noteikti" atbilžu sadalījumi (izlase: respondenti, kuri ņēmuši kredītu nebanku sektorā pēdējo trīs gadu laikā) (17.tabula).

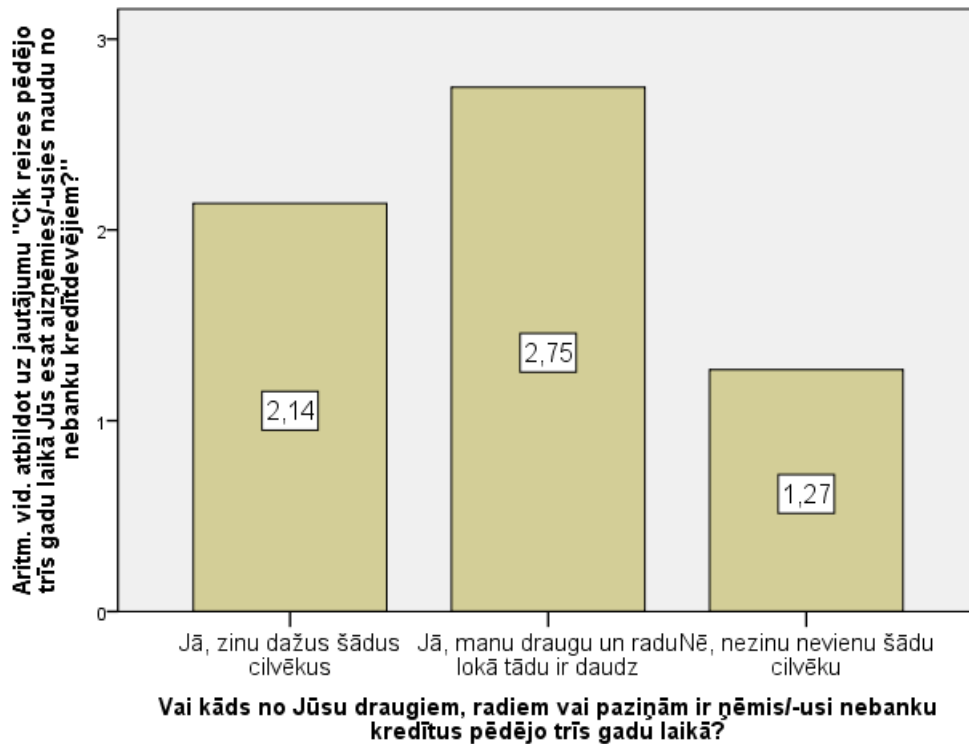
17.tabula

Jautājuma "Vai Jūs ieteiktu citiem izmantot nebanku kredītdevēju pakalpojumus? Lūdzu, sniedziet atbildes 10 punktu skalā, kur 1 nozīmē - nekādā gadījumā, bet 10 - noteikti" atbilžu sadalījums

		Bieži	Procenti
	Nekādā gadījumā (1)	55	20,6
	(2)	22	8,2
	(3)	24	9,2
	(4)	12	4,5
	(5)	63	23,7
	(6)	30	11,4
	(7)	19	7,0
	(8)	19	7,1
	(9)	5	1,7
	Noteikti ieteiktu (10)	17	6,4
	Kopā	264	100,0

Šajā jautājumā respondentu viedoklis dalās – aptuveni puse nekādā gadījumā vai drīzāk neieteiktu citiem izmantot *ātros kredītus*, bet otra pus drīzāk ieteiktu vai noteikti ieteiktu citiem izmantot *ātros kredītus*.

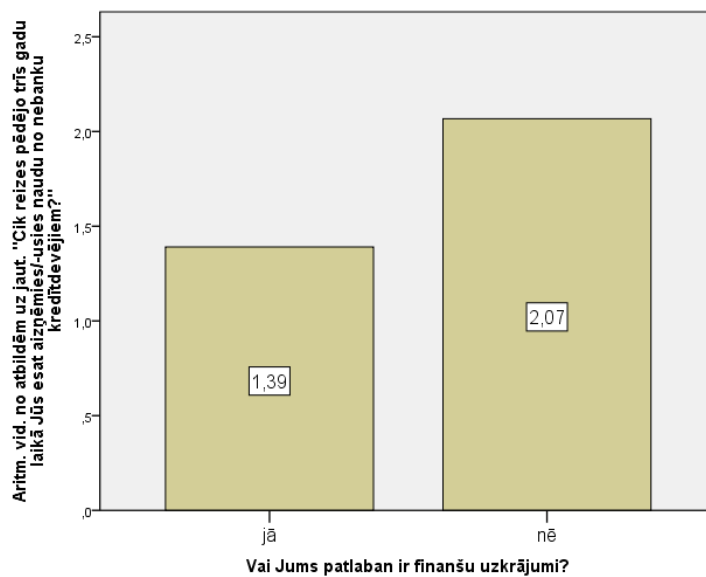
Veicot papildus analīzi par sakarībām starp dažādām atbildēm, atklājās šāda aina. Kā redzams 22.attēlā, tas, vai respondenti pazīst citus kredītņēmējus, prognozē to cik reizes pēdējo gadu laikā ir ņemts nebanku kredīts.



22.att. Sakarība starp ātro kredītu izmantošanu un to vai pats pazīst ātro kredītu ņēmējus

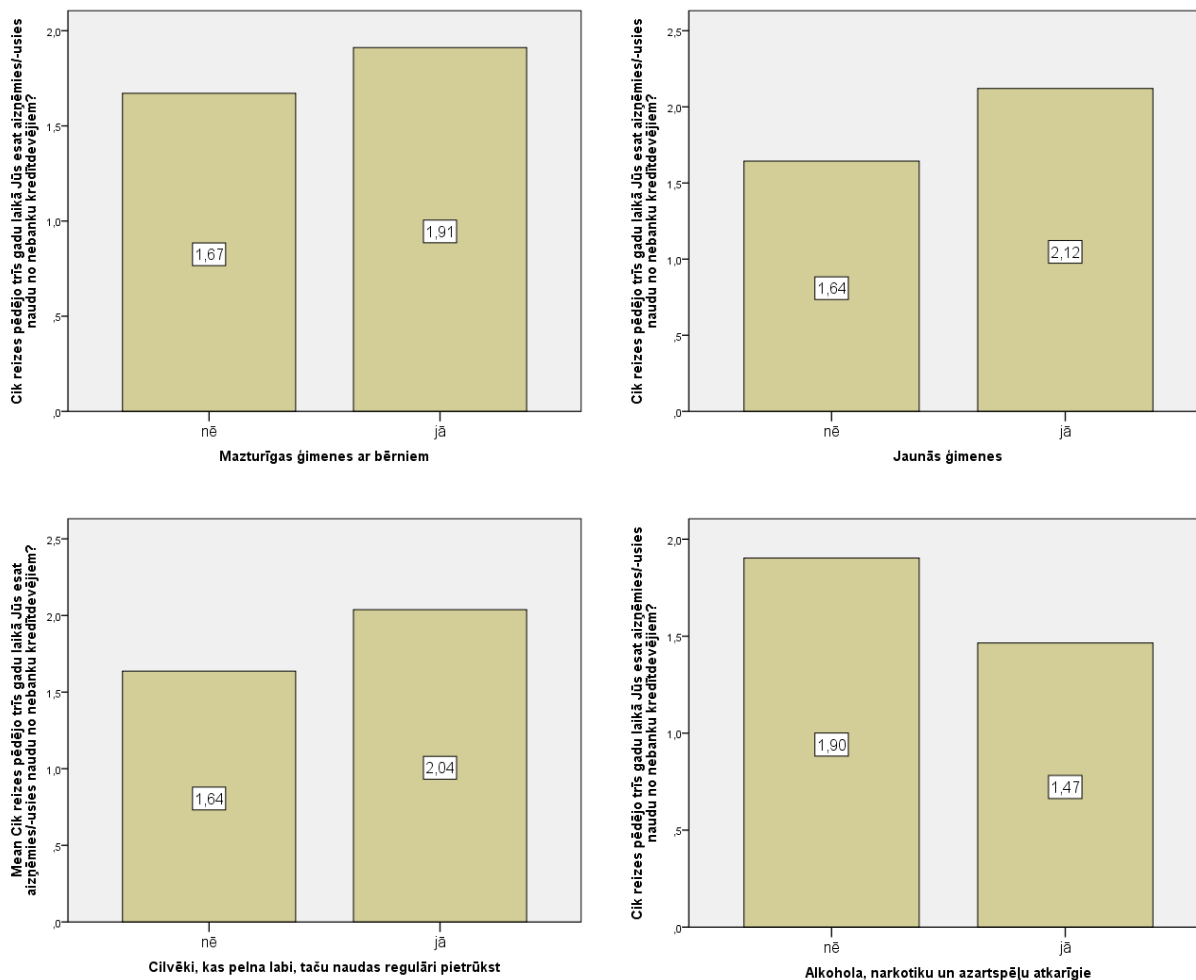
To var saukt par sociālo normu, kas sekmē nebanku kredītu ņemšanu – ja es šaubos, es domāju ko dara mani draugi un radi – viņi to dara, tātad viss ir kārtībā.

Tāpat nebanku kredītus biežāk ir ņēmuši tie, kam nav finanšu uzkrājumi (23.att.).



23.att.Sakarība starp uzkrājumu veidošanu un ātro kredītu izmantošanu

Tipisko kredītņēmēju tēla sakarība ar nebanku kredītu ņemšanas biežumu – “nē” nozīmē, ka attiecīgā sociālā grupa nav tipiska nebanku kredītu ņēmēja, bet “jā”, ka ir. Uz Y ass ir attēlots aritmētiskā vidējā vērtība no atbildēm uz jautājumu par to, cik reizes pēdējo trīs gadu laikā ir ņemts nebanku kredīts. 24.attēlā parādīti gadījumi, kuros ir novērojamas atšķirības starp “jā” un “nē” teicējiem.



24.att. Ātro kredītu ņemšanas biežuma likumsakarības

No 24.attēla varam secināt, ka nebanku kredīta ņemšanas biežums prognozē šo kredītu ņēmēju “normālum” – jo biežāk ņemts kredīts, jo labāks, sociāli pieņemamāks tēls tiek piedēvēts kredītu ņēmējiem.

Kredītu ņemšanas biežums arī nelielā pakāpē (bet statistiski nozīmīgi) prognozē to, kāpēc cilvēki Latvijā kredītus ņem nevis bankās, bet gan izvēlas nebanku kredītus. Viņi ar lielāku varbūtību piekrīt apgalvojumam, ka “bankās ir birokrātiska un sarežģīta dažādu dokumentu kārtošana” (korelācijas koeficients 0,18) un apgalvojumam, ka “bankās nevar ātri saņemt kredītu (jāpatērē laiks stāvēt rindās un gaidot lēmumu par kredīta piešķiršanu, u.tml.)” (korelācijas koeficients 0,13).

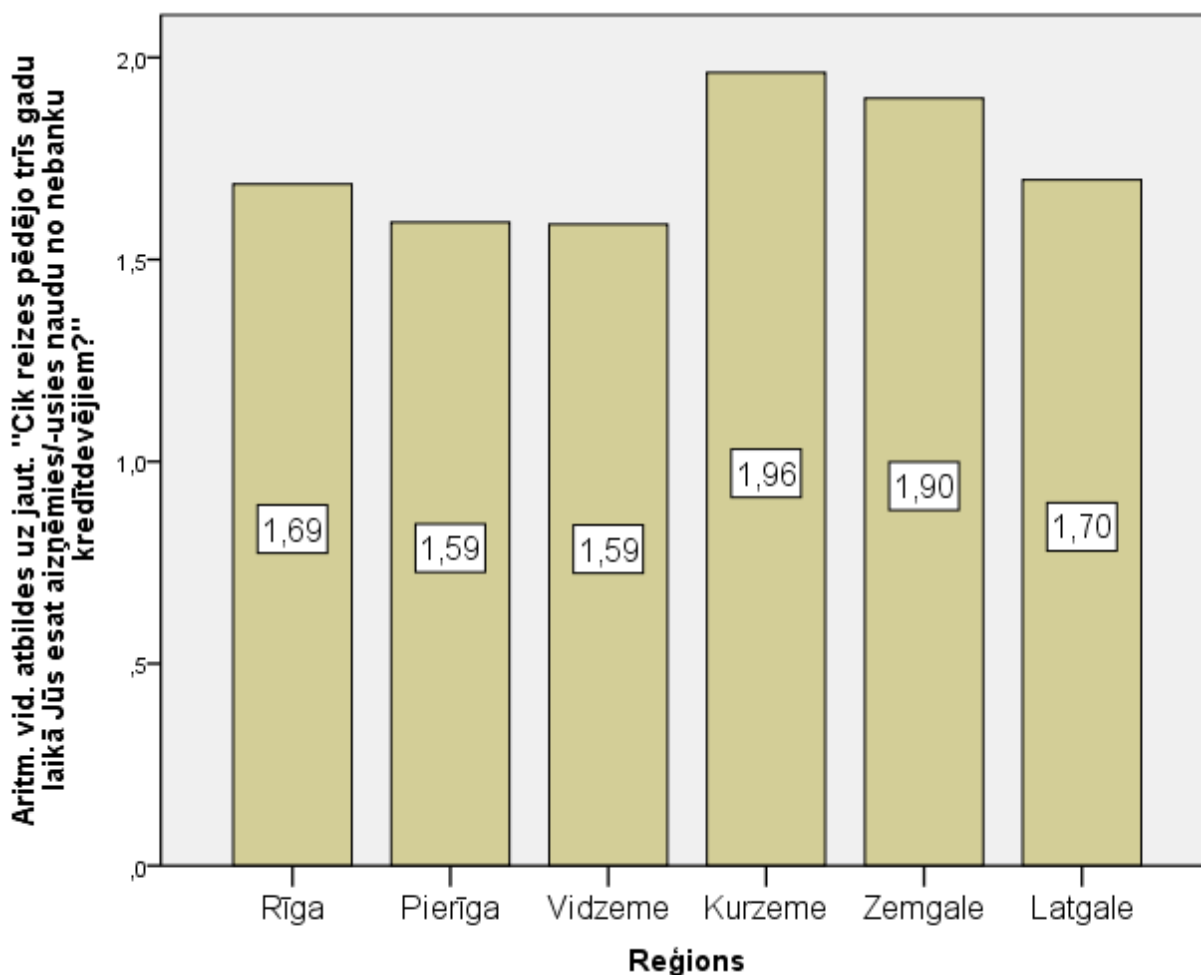
Tāpat kredītu ņemšanas biežums nelielā pakāpē (bet statistiski nozīmīgi) prognozē to, ko respondenti domā par nebanku kredītdevēju īpašībām. Jo biežāk ņemts kredīts, jo lielākā mērā piekrīt apgalvojumam, ka

“nebanku kredītdevēji rūpējas par sabiedrības labklājību, atbalsta sportu un kultūru” (korelācijas koeficients 0,17), taču mazākā mērā piekrīt apgalvojumam, ka “nebanku kredītdevēji rūpējas tikai par savu peļņu” (korelācijas koeficients -0,13).

Visos gadījumos kā prognozētāji tika izmantoti: vecums, dzimums, izglītība, ienākumi uz vienu ģimenes locekli, cilvēku skaits mājsaimniecībā.

Vecums, dzimums, ienākumi, izglītība, ienākumi uz vienu ģimenes locekli, cilvēku skaits mājsaimniecībā neprognozē aizņemšanās biežumu.

Aizņemšanās biežums reģionu griezumā ir redzams 25.attēlā.



25.att. Aizņemšanās biežums reģionu griezumā

Uzkrājumu esamību pozitīvi prognozē izglītība (korelācijas koeficients = 0,19) un ienākumi (korelācijas koeficients = 0,18).

Kas un kā prognozē to, ka grūti veidot uzkrājumus? Zemāka izglītība prognozē nepietiekamus/zemus ienākumus un neskaidrību par dzīvi (korelācijas koeficienti = 0,14 un 0,11).

Kas/kā prognozē tipiska nebanku kredīta ņēmējā portretu?

Vecums – jo vecāks cilvēks, jo mazākā mērā tendēts domāt, ka nebanku kredīta ņemējs ir bezdarbnieks/cilvēks bez regulāriem ienākumiem (korelācija koeficients = -0,16), savukārt vīriešiem piemīt lielāka tendence domāt, ka tie ir cilvēki bez legāliem ienākumiem (korelācijas koeficients = 0,11) un, ka tie ir jaunieši, kam vajadzīgs viss jaunais (korelācijas koeficients = 0,10).

Ar ko ir saistīts viedoklis par tipisku nebanku kredītdevēju? Jo vecāki cilvēki, jo lielākā mērā domā, ka nebanku kredītdevēji ir tādi paši kā bankas (korelācijas koeficients = 0,11), ka rūpējas tikai par savu peļņu (korelācijas koeficients = 0,11), un, jo vecāks respondents, jo mazākā mērā piekrīt apgalvojumam, ka nebanku kredītdevēji atbalsta kultūru un sportu (korelācijas koeficients = -0,21).

Kā demogrāfiskie mainīgie prognozē to, kam ņem kredītus no nebanku kredītu devējiem? Vecums pozitīvi prognozē kredīta ņemšanu mājokļa remontam (korelācijas koeficients = 0,19) un negatīvi pārtikas vai sadzīves priekšmetu iegādi (korelācijas koeficients = - 0,15). Sievietes biežāk ņem ātros kredītus zālēm (korelācijas koeficients = 0,15), bet vīrieši biznesa sākšanai (korelācijas koeficients = 0,17).

Nekas no minētajiem demogrāfiskajiem mainīgajiem neprognozē informācijas avotu ietekmes subjektīvo vērtējumu attiecībā uz lēmumu ņemt kredītu.

Savukārt nepatiesu informāciju ņemot ātros kredītus biežāk snieguši vīrieši (korelācijas koeficients = 0,14).

Emocijas, kādas izjūtas saņemot kredītu, prognozē vecums: jo vecāks cilvēks, jo lielāks atvieglojums (korelācijas koeficients = 0,20), jo mazāks kauns un mazākas dusmas (korelācijas koeficienti = -0,19 un - 0,22). Sievietes lielākā mērā izjūtušas bažas (korelācijas koeficients = 0,20), savukārt lielāks cilvēku skaits māsaimniecībā prognozēja izteiktākas dusmas (korelācijas koeficients = 0,18).

Neviens no demogrāfiskajiem mainīgajiem neprognozēja problēmas atdot kredītu.

4.

Secinājumi un priekšlikumi

Ātro kredītu nozare pasaulē pēdējo 20 gadu laikā ir attīstījusies ļoti strauji, liekot uzdot virkni jautājumu par šīs nozares biznesa modeļa ilgtspēju un ietekmi uz iedzīvotāju patēriņu, kā arī paradumiem un labklājību. Virkne nopietnu pētījumu un publikāciju izvērtē *ātro kredītu* ietekmes un mazturīgo iedzīvotāju labklājību, apgalvojot, ka paradoksālā kārtā, *ātrie kredīti* nevis palīdz apmaksāt rēķinus, bet tieši otrādi, palielina izredzes iekulties vēl lielākos parādos (Bhutta et al., 2015; Melzer, 2011). Ir veikti pētījumi, kas norāda uz *ātro kredītu* ietekmi uz iedzīvotāju patēriņu un finanšu neatkarību. Piemēram, var būt runa par *hroniskajiem aizņēmējiem (chronic borrowers)*, kuri ir iekļuvuši parādu atkarībā un nespēju pašu spēkiem no tās izkļūt (Stegman & Faris, 2003). Atsevišķi pētījumi arī norāda uz *ātro kredītu slazdiem*, kas *ievelk* kredītu ņēmējus nepārtrauktā aizņemšanās ritēnī.

Mūsdienās *ātrie kredīti* maina mūsu uztveri par finanšu sektoru un tradicionālo banku biznesu, vienlaikus ir zināms sabiedrības finansiālās situācijas raksturotājs. Paradoksāli, ka *ātrie kredītdevēji* parasti izmanto iespēju, kad finansiālā situācija nav tā labākā, kā arī pastāv zināma nedrošība par nākotni. Taču tajā pašā laikā *ātrie kredīti* ir tie, kas finansiālo situāciju var tikai vēl vairāk pasliktināt (Gallmeyer & Roberts, 2009). Savukārt cits pētījums norāda arī uz pozitīvo *ātro kredītu* pieejamības ietekmi, it īpaši gadījumos, kad notiek kādi neparedzēti notikumi (dabas katastrofas, zādzības). Protams, ir pieejama apdrošināšana, taču īstermiņa aizņemšanās palīdz izlīdzināt personīgo naudas plūsmu (Morse, 2011).

Iemesli kredītu atmaksas kavēšanai var būt dažādi – negodīgums, aizmāršība, motivācijas trūkums. Sociālie zinātnieki apgalvo, ka vienkāršs solījums var būtiski ietekmēt aizņēmēja uzvedību, to labāk disciplinējot. (Bhanot, 2017). Taču eksperiments ļauj izdarīt secinājumu, ka tie, kas nesēj laikus atdot kredītus, nav negodīgi un tas nav saistīts ar viņu uzvedības modeli, bet gan ar viņu patiesi slikto finansiālo situāciju un nespēju laikus norēķināties. Šādi pētījuma rezultāti liek vērtēt pašu *ātro kredītu* uzņēmumu atbildību un to, cik lielā mērā tiek izvērtēta kredītu ņēmēju maksāspēja. Apskatītie piemēri un situācijas vēlreiz aktualizē jautājumu par *ātro kredītu* nozares regulācijas pakāpi un to, vai patērētāju izglītības līmenis un finanšu prātība ir pietiekamā līmenī, lai tie spētu aizstāvēt savas intereses.

Jautājuma “Lūdzu atzīmējiet cik lielā mērā katrs no šiem apgalvojumiem, Jūsaprāt, raksturo nebanku kredītdevējus?” atbilžu aritmētiskie vidējie, skala 1 (nemaz) – 5 (ļoti). Runājot par nebanku kredītdevēju tēlu un reputāciju sabiedrībā, aptaujātie respondenti uzskata, ka *ātro kredītu* kompānijas lielā mērā rūpējas tikai par savu peļņu. Vienlaikus jāatzīmē, ka cilvēku spēja atšķirt nebanku un banku kredītdevējus ir visai zema. Respondentu atbildes liecina, ka cilvēku acīs pamazām nebanku kredītdevēji kļūst līdzīgi bankām. Tāpat savu iespaidu uz sabiedrības viedokli ir atstājušas *ātro kredītu* sponsorēšanas un labdarības aktivitātes, daļa cilvēku ir pārliecināti, ka nebanku kredītdevēji rūpējas par sabiedrības labklājību, atbalsta sportu un kultūru.

Latvijā ir vērojams savdabīgs privāto finanšu pārvaldības modelis – *ātro kredītu* uzņēmumu apgrozījums ļoti strauji aug, bet iedzīvotāju uzkrāšanas kultūra joprojām ir ļoti zemā līmenī. Tam varētu būt virkne dažādu iemeslu. Viens no tiem - uzkrājumu trūkums daļā sabiedrības ir skaidrojams ar zemiem ienākumiem, kas liedz veikt jebkāda veida *drošības spilvena* veidošanu. Taču atbildes uz aptaujas jautājumu - “Lūdzu, novērtējiet, cik lielā mērā katrs no šiem faktoriem Jums traucē veidot finanšu uzkrājumus?” - apgāž pieņēmumu, ka galvenais iemesls, kāpēc cilvēki neveido uzkrājumus ir zemi vai nepietiekami ienākumi. Respondenti atzīst, ka galvenais iemesls, kas viņus nemudina uzkrāt ir viegla kredītu pieejamība un iespējas viegli aizņemties. Tam seko neuzticība naudas sistēmas stabilitātei un neskaidrība par nākotni, kā arī patērieciska domāšana – aktuālās vajadzības un nepieciešamība iegādāties arvien jaunas preces. Nepietiekami vai zemi ienākumi tiek minēti kā pēdējais iemesls, kas kavē uzkrājumu veidošanu.

Pārsteidz arī respondentu atbildes uz jautājumu - "Kādiem finanšu uzkrājumu veidiem Jūs dodat priekšroku? Lūdzu, atzīmējiet visus atbilstošos atbilžu variantus". Pārliecinošs vairākums respondentu ir atbildējuši, ka tas ir algas konta atlikums (51,10%), kam seko skaidras nauda "zeķē" (40,26%). Tas ļauj izdarīt pieņēmumu, ka liela daļa iedzīvotāju joprojām uzkrājumu veidošanā nevēlas izmantot finanšu institūciju pakalpojumus un vairāk paļaujas *vecajām un labajām metodēm*. Arī depozīti vai krājkonti ir vieni no izplatītākajiem uzkrājumu veidiem (33,91%), tiem seko brīvprātīgās iemaksas pensiju fondā (30,48%), kā arī uzkrājošā dzīvības apdrošināšana (25,18%).

Pamanāmāka Latvijā kļūst tendence, kas nav saistīta ar iedzīvotāju ienākumiem, bet gan dzīvesveidu un tērēšanas paradumiem. Latvijā cilvēki ir tendēti tērēt naudu, kuru vēl nav nopelnījuši vai nekad nenopelnīs un patērē, jo dzīves kvalitātes prasības pārsniedz ienākumus. Arī *ātro kredītu* uzņēmumi savās reklāmas iedrošina cilvēkus uz šāda veida uzvedības modeli - nepieciešamības gadījumā vienmēr var aizņemties. To apliecina arī aptaujas rezultāti. Atbildes liecina, ka visbiežāk *ātrie kredīti* ir ņemti rēķinu vai parādu segšanai (38,89%), pārtikas un sadzīves preču iegādei (27,59%), kā arī transporta līdzekļa iegādei vai remontam (27,30%). Tāpat viens no biežiem iemesliem, lai aizņemtos naudu ir elektronikas preču un sakaru līdzekļu iegāde (21,06%), kas nav uzskatāmas par pirmās nepieciešamības precēm. Nauda ņemta arī zālēm vai medicīnas pakalpojumiem (19,13%), kam seko mājokļa remonts (18,65%).

Ātro kredītu gadījumā Latvijā psiholoģiski *strādā* ierastie reklāmas mehānismi - piemēram, identificēšanās ar reklāmas varoņiem; gatavi scenāriji, kā tikt galā ar problēmām; piedāvāšana vai reklāmas ekspozīcijas biežums. Tie ir vispārzināmi un nodrošina arī citu pakalpojumu un produktu reklāmu efektivitāti, bet jāņem vērā arī specifiski nosacījumi, kas raksturo lemšanas procesu tieši *ātro kredītu* pakalpojumu gadījumā.

Patērētāju uzvedības pētījumi psiholoģijā un neurozonātnē, norāda uz vairākiem psiholoģiskajiem mehānismiem, kuri no vienas puses īstermiņā veicina *ātro kredītu* līgumu slēgšanu, bet no otras puses ilgtermiņā apgrūtina līguma slēdzēju spēju pildīt līguma prasības - laikā veikt kredīta atmaksu. Ņemot kredītu cilvēkam ir noteiktas vajadzības (labums, angl. val. *utility*), kuras tiek apmierinātas ar kredītā iegūtajiem resursiem. Taču problēma slēpjas faktā, ka ņemot kredītu, tiek *nopirkta* arī neprognozētas grūtības un izdevumi, piemēram, nespēja laikā atdot aizņemto naudu. Tas būtiski samazina cilvēka iegūto labumu (angl. val. *utility*), citiem vārdiem sakot, cilvēka dzīves kvalitāte tiek pazemināta veidā, par kuru kredīta ņēmējs nebija pat iedomājies.

Zemāk aprakstīto problēmu pamatā ir daudzos pētījumos pierādītais, ka cilvēka racionalitāte ir ierobežota. Tas nozīmē, ka mēs principā spējam domāt sistemātiski, loģiski un argumentēti, taču situācijas iespaidā šī mūsu spēja bieži tiek traumēta vai ierobežota (Gilovich, Griffin&Kahneman, 2002). Ideālā gadījumā kredīta ņēmējs domātu ne tikai par to, kā atrisināt savas aktuālās dzīves problēmas, piemēram, svarīgs pirkums, veselības problēmas, maksa par izglītību, īpašuma remonts, ar aizņemtas naudas palīdzību, bet arī par to, kā šī aizņemšanās ietekmēs viņa dzīvi ilgākā laika posmā, piemēram, mēnešus un gadus tālā nākotnē. Bet realitātē cilvēki nav tendēti domāt par tālāku nākotni, kad aizņemtā nauda būs jāatdod. Visa uzmanība tiek pievērsta aktuālo vajadzību apmierināšanai, jo ļoti viegli ir iztēloties kāda būs dzīve tuvā nākotnē, kad aktuālā problēma būs atrisināta, bet ir salīdzinoši grūti domāt par mazliet tālāku nākotni. *Ātro kredītu* vieglā pieejamība vēl vairāk sekmē šo psiholoģiski ilgtermiņā daļēji neadaptīvo lemšanas stratēģiju.

Analizējot cilvēku lēmumu pieņemšanu, psiholoģijā tiek runāts par *aukstās - karstās domāšanas* empātijas plaisu. No vienas puses cilvēka domāšanu var raksturot kā racionālu (neemocionālu, tāpēc *aukstu*), bet no

otras puses kā emociju vadītu (emocionālu, tāpēc *karstu*) (Loewenstein, 1996). Galvenā problēma slēpjas faktā, ka “pie vēsa prāta” cilvēks izdarītu citas izvēles – iespējams, neņemtu kredītu vai ņemtu mazāku summu, rūpīgāk pārdomātu kredītīguma nosacījumus, bet nonākot reālās grūtībās, cilvēki lēmumus nereti pieņem ar “karstu galvu”.

Veiktā pētījuma rezultāti skaidri norāda uz to, ka *ātro kredītu* ņemšanas gadījumā liela nozīme ir sociālajam aspektam - citu cilvēku viedoklis ir svarīgs. Cilvēkiem ir nepieciešama sociālā verifikācija (apstiprinājums) par savas rīcības normālību, jo pārliecība par savas rīcības pareizību tiek *atvasināta* no viedokļa par citu uzvedību. Aptaujas dati apliecina, ka cilvēki Latvijā domā, ka nebanku kredītu ņemšana ir universāla un plaši izplatīta prakse kā cilvēki risina savas finanšu problēmas. Atbildot uz jautājumu “Vai kāds no Jūsu draugiem, radiem vai paziņām ir ņēmis/-usi nebanku kredītus pēdējo trīs gadu laikā?”, gandrīz 46% aptaujāto atzinuši, ka zina dažus (39,9%) vai pat daudzus (5,7%) radu un draugu lokā, kas pēdējo trīs gadu laikā ir ņēmusi nebanku kredītus.

Neraugoties uz grūtībām, tikai nedaudz vairāk nekā puse (54,9%) no respondentiem, kuriem bijušas problēmas ar *ātro kredītu* atdošanu, vairās par to stāstīt draugiem un radiem. Savukārt 45,1% nav iebildumu par savu pieredzi runāt ar tuviem cilvēkiem. Arī atbildot uz jautājumu “Vai Jūs ieteiktu citiem izmantot nebanku kredītdevēju pakalpojumus?”, respondentu viedoklis dalās – aptuveni puse nekādā gadījumā vai drīzāk neieteiktu citiem izmantot *ātros kredītus*, bet otra puse drīzāk ieteiktu vai noteikti ieteiktu citiem izmantot *ātros kredītus*.

Turklāt dominē viedoklis, ka nebanku kredītu *ņemšanas* process ir viegls un ātrs, bet banku sarežģīts un dārgs. Visbiežāk respondenti minējuši, ka galvenais iemesls izvēlei par labu *ātrajiem kredītiem* ir ērta un ātra aizdevuma noformēšana (71,70%), kam seko – nav jāskaidro, kādiem nolūkiem nauda tiek ņemta un nav pazemojuma sajūtas lūdzot aizdevumu (52,27%). Tam seko argumenti, ka nav jākārt dažādas formalitātes (51,99%) un iespējas aizņemies nelielas naudas summas (51,39%).

Vienlaikus respondenti godīgi atzīs, ka *ātrā kredīta* saņemšana raisa arī negatīvās emocijas (saņemot), un būtiski lielākas grūtības atdot, nekā kredīta ņemšanas brīdī šķiet. Novērtējot savas emocijas, aptaujātie respondenti atzinuši, ka visvairāk izjutuši bažas. Reizē *ātro kredītu* iegūšana ir sniegusi arī atvieglojuma sajūtu un pat prieku. Tāpat mazākā mērā, bet cilvēki izjutuši arī kaunu un dusmas. Savukārt, atbildot uz jautājumu “Cik viegli vai grūti Jums bija saplānot savu budžetu, lai varētu laikus atmaksāt nebanku kredītu?”, kopumā 38,6% respondentu atzinuši, ka viņiem bija ļoti grūti (11,3%) vai drīzāk grūti (27,3%) saplānot savu budžetu, lai atmaksātu kredītu. Kā galvenos iemeslus nespējai atdot kredītu noteiktajā termiņā respondenti minējuši ienākumu samazināšanos (50,28%) un citus neplānotus tēriņus (49,53%). Tāpat atdot naudu laikā respondentus kavējis uzkrājumu trūkums un grūtības atlikt naudu kredīta atmaksai (38,81%).

Kā atzinuši respondenti, biežākais *ātro kredītu* atmaksas problēmas risinājums ir bijis kredīta pagarināšana (49,98%). Tāpat atbalsts rasts, vērsoties pie kredītdevēja (30,91%). Tikai daļa respondentu mēģināšu sabalansēt savus ienākumus ar izdevumiem, lai atdotu kredītu (25,99%). Salīdzinoši bieži nauda kredīta atdošanai iegūta ņemot nākamo kredītu citā iestādē (17,15%) vai aizņemoties no draugiem vai paziņām (12,75%).

Tikai 18,8% aptaujāto atbildēja, ka problemātiskā kredīta atmaksu nācās pagarināt vienu reizi. Vairākumā gadījumu (81,2%) kredīta atmaksas termiņš tika pagarināts divas un vairāk reizes, bet 35,5% gadījumu pat četras un vairākas reizes. Gandrīz visos gadījumos problemātiskā kredīta atmaksas pagarināšana kaut ko

maksāja – atzinuši respondenti. 17,3% gadījumu summa ir bijusi lielāka par 100 eiro, bet 12,8% gadījumu – no 50 līdz 100 eiro. Vairumā gadījumu (65,1%) kredīta pagarinājums ir izmaksājis mazāk par 50 eiro.

Priekšlikumi:

Ieteikumu mērķis ir padarīt *ātro kredītu* ņēmēju spriešanas procesu racionālāku, tādējādi uzlabojot cilvēku dzīves kvalitāti ilgtermiņā.

- Palielināt laiku starp kredīta pieprasīšanas iesniegumu un naudas saņemšanu – tās var būt arī dažas stundas, kuru laikā cilvēks *atgriežas* racionālās domāšanas sliedēs un var atsaukt *ātrā kredīta* pieteikumu.
- Viens no veidiem kā izvairīties no “impulsa pirkumiem” un nodrošināt racionālu lēmumu pieņemšanu ir reklāmas ierobežošana noteiktās diennakts stundās. Pārliecinošas reklāmas tika minētas, kā nozīmīgs faktors lēmumu pieņemšanai par aizņemšanos.
- Racionālu lēmumu pieņemšanai ir nepieciešama objektīva informācija, tomēr esošajā piedāvājumā ir salīdzinoši grūti atrast ērtu kredīta kopējo izmaksu, nosacījumu, termiņu salīdzināšanas veidu. Ierosinām radīt elektronisku lietotni, pēc salodzini.lv parauga, kas radītu iespējas veikt ērtu kredīta nosacījumu salīdzināšanu starp dažādiem nebanku un tradicionālo banku sniegtajiem piedāvājumiem.
- Aptaujas dati skaidri apliecina, ka tikai daļa no kredītņēmējiem rūpīgi iepazīstas ar līguma nosacījumiem un apzinās soda sankcijas. Tāpat tikai daļa ir pārliecināti, ka zina procentu likmes un patieso atmaksājamās summas lielumu. Tāpēc ir nepieciešams panākt obligātu shēmu, tabulu vai kalkulatoru ieviešanu, lai kredīta ņēmējam pirms līguma parakstīšanas būtu pašam obligāti jāizvērtina un jāapliecina, ka viņš ir informēts par to kādas būs mēneša izmaksas kredīta atmaksai. Uzvedības ekonomikas pētījumi rāda, ka secība kādā tiek parakstīti dokumenti, ir nozīme. Ierosinām, uzdot par pienākumu, kredīta ņēmējam vispirms iepazīties un apliecināt ar parakstu, ka ir iepazīties ar kredīta atmaksas grafiku un tikai pēc tam iepazīties un parakstīt aizdevuma līgumu.
- Sociālajās reklāmās mudināt cilvēku aizdomāties, ka līdz ar *ātro kredītu* un par to nopirkto mantu, baudu vai atvieglojumu, viņi paši to neapzinoties, komplektā ir nopirkuši – problēmas, bažas, kaunu... personisko maksātspēju (bankrotu).
- PTAC komunikācijas kampaņā aicināt cilvēkus iedomāties sevi kredītu paņēmuša cilvēka lomā ilustrējot viņa(-s) dzīvi ne vien ar skaitliskām vērtībām attiecībā uz atdodamo ikmēneša naudas summu, bet arī ieskicējot alternatīvas tam, kā būtu iespējams šo naudas summu tērēt – tas ir, uzsverot zaudējumus patēriņa (dzīves labklājības) ziņā.
- Komunikācijā runāt par sabiedrības dzīves stilu un vērtībām, to ietekmi uz privātajām finansēm, vērst uzmanību uz kopējo sabiedrības finanšu prātību, izgaismojot paradoksālākos gadījumus un to iespējamās sekas. Komunikācijā piedāvāt alternatīvu, uzsvērt uzkrājumu veidošanas nozīmīgumu, kā ģimenes ilgtermiņa drošības un labklājības priekšnosacījumu. Piemēram, aptaujas dati parāda, ka cilvēki visā nopietnībā uzskata, ka loterijas un azartspēles (6,29%), kā arī lombards (2,61%) ir veids kā iegūt trūkstošo naudu. Joprojām populāra ir naudas aizņemšanās no draugiem vai radiem (26,84%). Arī sociālie pabalsti tiek uzskatīti par risinājumu (11,75%).
- Aptaujas dati parāda ka *ātrie kredīti* jau lielā mērā tiek uzskatīti par sabiedrības normu, jo ir iespaids, ka *visi tos ņem* un daudz lielāks pamatojums *ņemt arī pašam*. Tāpēc PTAC *ātro kredītu* komunikācijā jāizmanto tos aptaujas datus un pašu cilvēku sniegtās atbildes, kas marginalizē ne tikai *ātros kredītus*

kā labāko iespējamo naudas gūšanas veidu, bet arī *ātrā kredīta ņēmējus* kā paraugu, kuram līdzināties. Piemēram, 44,55% aptaujāto uzskata, ka tipiski nebanku kredītu ņēmēji ir jaunieši, kam vajag visu jaunāko, bet 20,93%, ka tie ir cilvēki, kas pelna labi, taču naudas regulāri pietrūkst. Savukārt 40,7% respondentu uzskata, ka tipiski nebanku kredītu ņēmēji ir alkohola, narkotiku un azartspēļu atkarīgie, kam seko bezdarbnieki vai cilvēki ar neregulāriem ienākumiem (32,26%). Tāpat respondenti ir pārliecināti, ka *ātros kredītus* izvēlas cilvēki, kuriem nav legālu ienākumu (23,55%).

Izmantotās literatūras un avotu saraksts

Zinātniskie raksti

- Abbott, S., Bandara, S., Derheimer, S., Doctors, J. V, Fahey, L., Lake, W., ... Potler, E. (2013). Payday Landing in America: How Borrowers Choose and Repay Payday Loans. *Safe Small-Dollar Loans Research Project*.
- Banks, M., Marston, G., Russell, R., & Karger, H. (2015). "In a perfect world it would be great if they didn't exist": How Australians experience payday loans. *International Journal of Social Welfare*. <https://doi.org/10.1111/ijsw.12083>
- Bhanot, S. P. (2017). Cheap promises: Evidence from loan repayment pledges in an online experiment. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 140, 246–266. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2017.04.007>
- Bhutta, N. (2014). Payday loans and consumer financial health. *Journal of Banking and Finance*. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2014.04.024>
- Bhutta, N., Skiba, P. M., Tobacman, J., Carrell, S., Zinman, J., Caskey, J., ... Zinman, J. (2015). Do Payday Loans Cause Bankruptcy? *Vanderbilt Law and Economics Research Paper No. 11-13*. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhu034>
- Bourke, N., Horowitz, A., Walter, L., & Roche, T. (2014). Payday Landing in Amreica: Fraud and Abuse Online : Harmful Practices in Internet Payday Lending. *The PEW Chaitable Trust*, 46.
- Covington, M., & Johnson, J. (2016). Into the Light: A Survey of Arkansas Borrowers Seven Years after State Supreme Court Bans Usurious Payday Lending Rates. *Policy Points*, 43, 1–18. Retrieved from <http://richmondmagazine.com/news/features/into-the-light/>
- Cuffe, H. E., & Gibbs, C. G. (2017). The effect of payday lending restrictions on liquor sales. *Journal of Banking & Finance*, 85, 132–145. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2017.08.005>
- Desai, C. A., & Elliehausen, G. (2017). The effect of state bans of payday lending on consumer credit delinquencies. *Quarterly Review of Economics and Finance*, 64, 94–107. <https://doi.org/10.1016/j.qref.2016.07.004>
- Edmonds, T. (2014). Payday loans: regulatory reform, (6676), 1–11.
- Gallmeyer, A., & Roberts, W. T. (2009). Payday lenders and economically distressed communities: A spatial analysis of financial predation. *Social Science Journal*, 46(3), 521–538. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2009.02.008>
- Gilovich, T., Griffin, D., & Kahneman, D. (Eds.). (2002). *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment*. Cambridge university press.
- Loewenstein, G. (1996). Out of control: Visceral influences on behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 65(3), 272-292.

- Malhotra, D., Loewenstein, G., & O'donoghue, T. (2002). Time discounting and time preference: A critical review. *Journal of economic literature*, 40(2), 351-401.
- Melzer, B. T. (2011). The real costs of credit access: Evidence from the payday lending market. *Quarterly Journal of Economics*. <https://doi.org/10.1093/qje/qjq009>
- Mishra, S., & Fiddick, L. (2012). Beyond gains and losses: The effect of need on risky choice in framed decisions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(6), 1136–1147. <https://doi.org/10.1037/a0027855>
- Morse, A. (2011). Payday lenders: Heroes or villains? *Journal of Financial Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03.022>
- Schmitz, A. J. (2014). Females on the Fringe: Considering Gender in Payday Lending Policy. *Chicago-Kent Law Review*.
- Stegman, M. A., & Faris, R. (2003). Payday Lending: A Business Model that Encourages Chronic Borrowing. *Economic Development Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/0891242402239196>
- Szilagyiova, S. (2015). The Effect of Payday Loans on Financial Distress in the UK. *Procedia Economics and Finance*. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01334-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01334-9)

Citi avoti

Eurostat datubāze

LR Centrālā statistikas pārvalde

LR Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

Latvijas komercbanku asociācija

Latvijas Alternatīvo finanšu pakalpojumu asociācija

Swedbank

Nordea

The New York Times

The Washington Post

Pielikums

Aptaujas anketa

A1. Kuros no šiem veidiem Jūs esat ieguvis/-usi finanšu līdzekļus pēdējo trīs gadu laikā?

Lūdzu, atzīmējiet visus Jums atbilstošos veidus.

Vairākatbilžu jautājums

Kredīts pie nebanku kredītdevējiem (t.s. "ātrie kredīti")	1
Kredīts bankā	2
Kredītkarte	3
No draugiem/ radiem	4
Sociālie pabalsti	5
Lombards	6
Loterijas/ azartspēles	7
Nevienā no šiem	8
Grūti pateikt	98

A2. Vai kāds no Jūsu draugiem, radiem vai paziņām ir ņēmis/-usi nebanku kredītus pēdējo trīs gadu laikā?

Viena atbilde

Jā, zinu dažus šādus cilvēkus	1
Jā, manu draugu un radu lokā tādu ir daudz	2
Nē, nezinu nevienu šādu cilvēkus	3
Grūti atbildēt	98

A3. Kuras no šīm grupām, Jūsprāt, ir tipiski nebanku kredītu ņēmēji Latvijā?

Vairākatbilžu jautājums

Pensionāri ar mazām pensijām	1
------------------------------	---

Bezdarbnieki/ cilvēki, kuriem nav regulāru ienākumu	2
Cilvēki, kuriem nav legālu ienākumu	3
Mazturīgas ģimenes ar bērniem	4
Jaunās ģimenes	5
Jaunieši, kam vajag visu jaunāko	6
Alkohola, narkotiku un azartspēļu atkarīgie	7
Cilvēki, kas pelna labi, taču naudas regulāri pietrūkst	8
Ir grūti runāt par tipiskiem nebanku kredītu ņēmējiem, jo tos ņem ļoti daudzi/ gandrīz visi	9
Neviena no šīm grupām	10
Grūti pateikt	98

A4. Ir zināms, ka daudzi cilvēki Latvijā kredītus ņem nevis bankās, bet gan izvēlas nebanku kredītus, kurus izsniedz nebanku kredītdevēji.

Lūdzu, atzīmējiet, kuri, Jūsaprāt, ir galvenie iemesli, kāpēc viņi tā rīkojas?

Vairākatbilžu jautājums

Nav pietiekoši daudz informācijas par iespējām bankā aizņemties naudu	1
Nav oficiālu un/ vai pietiekami lielu un/ vai regulāru ienākumu	2
Ir negatīva kredītvēsture/ viņi zina, ka banka kredītu nedos	3
Bankās ir birokrātiska un sarežģīta dažādu dokumentu kārtošana	4
Bankās nevar ātri saņemt kredītu (jāpatērē laiks stāvēt rindās un gaidot lēmumu par kredīta piešķiršanu u.tml.)	5
Bankās ir augstas kredītprocentu likmes	6
Bankas nelabprāt izsniedz mazus kredītus	7
Bankās ir stingri noteikumi kredītu atmaksai (laicīgas neatdošanas gadījumā ar tām ir grūti vienoties par kompromisu)	8
Ir bailes ņemt kredītu bankā (piemēram, neatmaksāšanas gadījumā banka var lietu nodot tiesai/ ir zināma citu negatīvā pieredze ar bankām u.tml.)	9
Citi iemesli	10

Grūti pateikt	98
---------------	----

A5. Lūdzu atzīmējiet .cik lielā mērā katrs no šiem apgalvojumiem, Jūsprāt, raksturo nebanku kredītdevējus?

Var būt vairākas atbildes

		Nemaz neraksturo (1)	(2)	(3)	(4)	Ļoti raksturo (5)	Grūti pateikt
1	Nebanku kredītdevēji rūpējas tikai par savu peļņu	1	2	3	4	5	98
2	Nebanku kredītdevēji ir tādi paši kā bankas	1	2	3	4	5	98
3	Nebanku kredītdevēji rūpējas par sabiedrības labklājību, atbalsta sportu un kultūru	1	2	3	4	5	98

A6. Vai Jums patlaban ir finanšu uzkrājumi?

Jā	1	---- > A7
Nē	2	---- > A8
Grūti pateikt	98	---- > B1

A7. Kādiem finanšu uzkrājumu veidiem Jūs dodat priekšroku?

Lūdzu, atzīmējiet visus atbilstošos atbilžu variantus.

Vairākatbilžu jautājums

Algas konta atlikums	1
Brīvprātīgās iemaksas pensiju fondā	2
Uzkrājošā dzīvības apdrošināšana	3
Ieguldījumi akciju fondos/ akcijās	4
Depozīts/ krājkonts	5

Investīcijas (nekustamajā īpašumā, dārgmetālos, mākslas priekšmetos u.tml.)	6
Skaidra nauda "zeķē"	7
Citi uzkrājumu veidi	8
Grūti pateikt	98

A8. Lūdzu, novērtējiet, cik lielā mērā katrs no šiem faktoriem Jums traucē veidot finanšu uzkrājumus?

		Ļoti traucē (1)	(2)	(3)	(4)	Nemaz netraucē (5)	Grūti pateikt
1	Nepietiekami/ zemi ienākumi	1	2	3	4	5	98
2	Neskaidrība par nākotni	1	2	3	4	5	98
3	Neuzticība naudas sistēmas stabilitātei	1	2	3	4	5	98
4	Viegla kredītu pieejamība/ iespējas viegli aizņemties	1	2	3	4	5	98
5	Aktuālās vajadzības/ nepieciešamība iegādāties arvien jaunas preces (apģērbu, elektropreces, ceļot u.tml.)	1	2	3	4	5	98

B1. Cik reizes pēdējo trīs gadu laikā Jūs esat aizņēmijs/-usies naudu no nebanku kredītdevējiem?

Viena atbilde.

Nevienu	1	---- > Beigas
Vienu	2	---- > B2
Dīvas	3	
Trīs	4	
Četras vai vairākas	5	
Grūti pateikt	98	

B2. Kādiem mērķiem Jūs esat ņēmis/-usi nebanku kredītu?

Gadījumā, ja Jūs kredītu izlietojiet vairākiem mērķiem, lūdzu, atzīmējiet visus.

Var atzīmēt vairākus atbilžu variantus.

Pārtikai un sadzīves precēm	1
Apģērbam un apaviem	2
Elektronikas precēm/ sakaru līdzekļiem	3
Ceļojumam/ izklaidei/ hobijam	4
Kāzām/ izlaidumam/ svinībām	5
Mājokļa remontam	6
Izglītībai/ mācību maksas segšanai	7
Transporta līdzekļa iegādei vai remontam	8
Rēķinu/ parādu segšanai	9
Zālēm vai medicīnas pakalpojumiem	10
Kosmētiskajai medicīnai (plastiskajai ķirurģijai)	11
Biznesa vajadzībām (uzsākšanai vai attīstībai)	12
Alkoholam/ narkotikām/ azartspēlēm	13
Cits mērķis (precizējiet, lūdzu!).....	14
Grūti pateikt	98

B3. Lūdzu, rūpīgi izlasiet šo sarakstu un tos iemeslus, kāpēc Jūs izvēlējāties izmantot tieši nebanku kredītdevēju sniegto iespēju aizņemties naudu, nevis aizņemāties no bankas?

Vairākatbilžu jautājums

Ērta un ātra aizdevuma noformēšana (kredītu var nokārtot jebkurā vietā un diennakts laikā caur internetu un SMS/ kredīts tiek piešķirts dažu minūšu laikā u.tml.)	1
Var aizņemties uz ļoti īsu laika periodu	2
Iespēja aizņemties nelielu naudas summu	3

Iespēja pašam/-ai izvēlēties sev labāko summas, termiņa un procentu kombināciju	4
Nelieli/ izdevīgi kredīta procenti	5
Var ērti un viegli pagarināt atmaksas termiņu	6
Izdevīgi aizdevuma nosacījumi jaunajiem klientiem (bezprocentu kredīts, iespēja atgriezt tādu pašu summu, kā aizņemta u.tml.)	7
Nebanku kredītdevēji piedāvā dažādas atlaides/ akcijas lojālajiem klientiem (piem., atlaide dzimšanas dienā u.tml.)	8
Nav jākārt dažādas formalitātes (izziņas no darbavietas, VSAA u.tml.)	9
Nav nepieciešami lieli, regulāri un/ vai oficiāli ienākumi	10
Nav jāskaidro kādiem nolūkiem tiek ņemts kredīts, nav pazemojuma sajūtas, lūdzot aizdevumu	11
Aizņēmums nav jālūdz draugiem, radiem, paziņām	12
Var neuztraukties par atdošanu, jo nebanku kredītdevēji tāpat naudu īpaši necentīsies piedzīt	13
Cits (<i>precizējiet, lūdz!</i>)	14
Grūti pateikt	98

B4. Tagad, lūdz, domāriet par pēdējo reizi, kad Jūs aizņēmāties naudu no kāda nebanku kredītdevēja. Kāpēc Jūs izvēlējāties aizņemties tieši no šī kredītu devēja?

Var būt vairākas atbildes

Esmu šī kredītdevēja pastāvīgais klients	1
Tam bija uzrunājoša reklāmas kampaņa	2
Tam bija vismazākā kredīta likme	3
Kreditētājs bija pretimnākošs un uzreiz piekrita iedot pieprasīto summu	4
Cits iemesls	5
Grūti pateikt	98

B5. Cik lielā mērā Jūsu izvēli par labu konkrētajam nebanku kredītdevējam ietekmēja minētie informācijas avoti?

		Nemaz neietekmēja (1)	(2)	(3)	(4)	Ļoti ietekmēja(5)	Grūti pateikt
1	Reklāmas TV		2	3	4	5	98
2	Reklāmas radio	1	2	3	4	5	98
3	Reklāma internetā	1	2	3	4	5	98
4	Vides reklāmas	1	2	3	4	5	98
5	Reklāmas uz/ un sabiedriskajā transportā	1	2	3	4	5	98
6	Reklāma izklaides/ sporta pasākumā	1	2	3	4	5	98
7	Draugu/ radu atsauksmes un ieteikumi	1	2	3	4	5	98
8	Tiešā pārdošana – kompānijas zvans/ īsziņa/ e- pasts	1	2	3	4	5	98
9	Cits informācijas avots	1	2	3	4	5	98

B6. Vai Jūs šim nebanku kredītdevējam norādījāt pilnīgu un patiesu informāciju par saviem ienākumiem un izdevumiem?

Viena atbilde.

Jā	1
Nē	2
Grūti pateikt	98

B7. Vai Jūs... Viena atbilde katrā rindiņā

		JĀ	NĒ	Grūti pateikt
1	... pirms šī kredīta ņemšanas rūpīgi iepazīties ar līguma noteikumiem?	1	2	98
2	... pirms šī kredīta ņemšanas zinājāt tā procentu likmi?	1	2	98

3	... pirms šī kredīta ņemšanas zinājāt, kādas ir iespējamās soda sankcijas?	1	2	98
---	----------------------------------------------------------------------------	---	---	----

B8. Cik ilgā laikā Jums tika piešķirts nebanku kredīts (t.i. kontā tika ieskaitīta nauda)?

Viena atbilde

Mazāk kā 12 stundu laikā	1
12 – 24 stundu laikā	2
24 – 48 stundu laikā	3
Vairāk nekā 48 stundu laikā	4
Grūti pateikt	98

B9. Cik viegli vai grūti Jums bija saplānot savu budžetu, lai varētu laikus atmaksāt nebanku kredītu?

Viena atbilde

Ļoti grūti	1
Drīzāk grūti	2
Drīzāk viegli	3
Ļoti viegli	4
Grūti pateikt	98

B10. Vai pēdējo trīs gadu laikā Jums kāda nebanku kredīta atmaksas laikā ir bijušas kādas problēmas vai sarežģījumi ar kredīta atmaksu noteiktajā termiņā?

Viena atbilde

Ir bijušas problēmas vienu reizi	1	--- > B11
Ir bijušas problēmas vairākas reizes	2	
Nav bijis problēmu	3	--- > B16
Grūti pateikt	98	

B11. Kādi bija galvenie iemesli, kāpēc Jums, atmaksājot nebanku kredītu, bija radušās problēmas to atmaksāt noteiktajā termiņā?

Lūdzu, atzīmējiet visus Jums atbilstošos iemeslus.

Var būt vairākas atbildes

Darba/ ienākumu zaudēšana	1
Ienākumu samazināšanās	2
Uzkrājumu trūkums/ grūtības atlikt naudu kredīta atmaksai	3
Slikta naudas plānošana/ nebiju rēķinājies ar papildu izmaksām	4
Citi neplānoti tēriņi	5
Cits iemesls	6
Grūti pateikt	98

B12. Cik ilgā laika posmā pēc noteiktā termiņa Jūs veicāt šī problemātiskā nebanku kredīta atmaksu?

Gadījumā, ja Jums ir bijušas vairākas šādas reizes, lūdzu, atbildiet par pēdējo

Viena atbilde

Vēl neesmu atmaksājis/-usi	1
Mēneša laikā	2
2 līdz 4 mēnešu laikā	3
4 līdz 6 mēnešu laikā	4
Vairāk nekā 6 mēnešu laikā	5
Grūti pateikt	98

B13. Kā Jūs risinājat šī nebanku kredīta atmaksas problēmu?

Lūdzu, atzīmējiet visas atbilstošās atbildes.

Var būt vairākas atbildes

Vērsos pie kredītdevēja un kopīgi meklējam risinājumu	1	--- > B16
Sabalansēju savus ienākumus ar izdevumiem un atdevu kredītu	2	
Pagarināju kredītu	3	--- > B14

Lai atdotu kredītu, aizņēmos no draugiem/ paziņām	4	--- > B16
Aizņēmos citu kredītu citā kredīta iestādē	5	
Cits risinājums	6	
Grūti pateikt	98	

B14. Cik reizes Jums nācās pagarināt šī problemātiskā nebanku kredīta atmaksas termiņu?

Viena atbilde

Vienu reizi	1
Divas reizes	2
Trīs reizes	3
Četras vai vairākas reizes	4
Grūti pateikt	98

B15. Cik Jums izmaksāja šī problemātiskā nebanku kredīta pagarināšana?

Viena atbilde

Neko nemaksāja	1
Mazāk par 50 eiro	2
No 50 līdz 100 eiro	3
Vairāk nekā 100 eiro	4
Grūti pateikt	98

B16. Cik reizes nebanku kredītdevēji pēdējā gada laikā ir Jūs uzrunājuši, mudinot aizņemties atkārtoti?

Viena atbilde

Nevienu	1
Vienu reizi	2
Divas reizes	3
Trīs vai vairākas reizes	4

Grūti pateikt	98
---------------	----

B17. Vai kādreiz esat saskāries/-usies ar tiešu vai netiešu aicinājumu norādīt nepatiesus datus, lai Jums tiktu piešķirts nebanku kredīts un kā Jūs rīkojāties šajā situācijā?

Viena atbilde

Neesmu saskāries/-usies ar šādu aicinājumu	1
Esmu saskāries/-usies, bet ignorēju šo aicinājumu	2
Esmu saskāries/-usies un sniedzu nepatiesus datus	3
Grūti pateikt	98

B18. Vai Jūs vairāties stāstīt draugiem un radiem, ka esat ņēmis/-usi nebanku kredītu?

Viena atbilde

Jā	1
Nē	2
Grūti pateikt	98

B19. Vai Jūs ieteiktu citiem izmantot nebanku kredītdevēju pakalpojumus?

Lūdzu, sniedziet atbildes 10 punktu skalā, kur 1 nozīmē – nekādā gadījumā, bet 10 – noteikti.

Nekādā gadījumā (1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	Noteikti ieteiktu (10)	Grūti pateikt
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98

B20. Lūdzu, novērtējiet emocijas, kuras Jūsos radās tad, kad pēdējo reizi ņēmat nebanku kredītu?

		Nemaz neatbilst (1)	(2)	(3)	(4)	Pilnībā atbilst (5)	Grūti pateikt
1	Prieks	1	2	3	4	5	98
2	Atvieglotums	1	2	3	4	5	98

3	Bažas	1	2	3	4	5	98
4	Kauns	1	2	3	4	5	98
5	Dusmas	1	2	3	4	5	98



Rīga, 2017



BVEF | Biznesa, vadības un ekonomikas fakultāte



 www.bvef.lu.lv

 bvefinfo@lu.lv

 [FB.com/LUBVEF](https://www.facebook.com/LUBVEF)

 [@LUBVEF](https://twitter.com/LUBVEF)

Latvijā labākā biznesa izglītība*

*SKDS uzņēmēju aptauja, 2016